산업페이퍼 06-002

주요국의 전자산업
동향 및 진출방안-

kotra 해외조사팀

Contents 목 차

	요 약	3
제 1 장	개 요	7

1. 세계 전자산업 동향 / 9
2. 국내 전자산업 동향 / 11
3. 조사 방향 및 내용 / 19

제 2 장	전자부품 진출 유망 시장 동향	23

1. 일본 / 25
2. 중국 / 49
3. 미국 / 93
4. 독일 / 107
5. 체코 / 133

제 3 장	디지털 전자 진출 유망 시장 동향	157

1. 덴마크 / 159
2. 헝가리 / 179
3. 멕시코 / 201
4. 브라질 / 223
5. 사우디아라비아 / 253

제 4 장	진출 전략	285

1. 국별 전자부품 유망품목 / 287
2. 국별 디지털 전자 유망품목 / 295
3. 우리제품의 진출 성공 전략 / 301

	부 록	323

관련 기업 협회 리스트 / 전자산업 관련 전시회 정보

머 리 말

1990년대 이후 급속도로 진행된 전자산업의 디지털화에 적극적으로 대응한 우리기업들의 노력에 힘입어, 한국은 글로벌 시장에서 빠르게 입지를 강화했으며 세계 전자시장에서 미국, 일본, 중국에 이어 세계 4위의 디지털 전자산업 국가로 위상이 크게 높아졌습니다.

우리나라는 메모리 반도체 강국이며, 반도체, LCD 및 PDP 액정패널, 인쇄회로기판(PCB) 등 주력 전자부품을 중심으로 세계적인 수준의 품질과 기술력을 인정받아 세계 시장에서 진출이 확대되고 있습니다.

그러나, 한편으로는 디지털 전자제품에 있어서 원천기술이 취약하고 핵심부품의 수입의존이 높다는 게 약점으로 작용하고 있어, 디지털 강국으로서 경쟁력을 향상시키기 위해서는 부품·소재 국제 경쟁력을 강화하고 고부가가치 기술을 개발하려는 노력이 요구되고 있습니다.

또한, 세계 전자 수출시장의 경쟁이 심화되고 있는 상황 속에서 가격경쟁력 확보를 위한 적극적인 전략 수립과 신흥시장을 중심으로 수출을 다변화하는 것이 우선적인 과제라 할 수 있습니다. 아울러 유비쿼터스 상용화 기술 개발, 디지털 엔터테인먼트 산업 육성 등 미래 소비와 문화에 맞는 신산업을 적극적으로 육성해 나가야 합니다.

이런 상황 속에서 KOTRA는 전자산업의 해외진출 확대 노력의 일환으로 전자부품 아웃소싱 상담회, 전자부품 로드쇼 등 다양한 마케팅 사업을 추진하고 있습니다. 이와 더불어 정보조사본부에서는 우리 기업들이 세계 전자시장을 이해하고 해외 진출 가이드로 활용할 수 있도록 공사 마케팅 사업에 참가하는 국가들을 중심으로 주요국 전자산업 동향 보고서를 발간하게 되었습니다.

동 보고서에서는 조사대상 국가를 크게 전자부품 유망시장과 디지털 전자제품 유망시장으로 구분했으며, 미국, 독일, 중국, 일본, 체코 등 5개국은 전자부품 시장을 중심으로 소개했고, 상파울루, 멕시코, 사우디아라비아, 덴마크, 헝가리는 최근 디지털 전자제품 시장에서 우리 제품이 시장점유율을 높여가고 있는 현황을 반영해 디지털 전자제품 위주로 중점 소개했습니다.

또한, 각 국가별 시장현황 및 진출방안에 대한 제시 후, 관련 기업, 협회, 전시회 리스트 등도 수록해, 업계에서 실질적으로 활용하실 수 있는 정보가 되도록 노력했습니다. 부디 이 자료가 전자업계 기업들의 해외 진출에 유용하게 활용될 수 있길 바라며, 그동안 자료 수집 및 작성을 위해 수고한 전기·전자벨트 무역관 직원들과 해외조사팀 직원의 노고에 감사의 뜻을 표합니다.

2006. 6.

KOTRA 정보조사본부장

상임이사 한준우

Contents 목 차

	요 약	3
제 1 장	개 요	7

1. 세계 전자산업 동향 / 9
2. 국내 전자산업 동향 / 11
3. 조사 방향 및 내용 / 19

제 2 장	전자부품 진출 유망 시장 동향	23

1. 일본 / 25
2. 중국 / 49
3. 미국 / 93
4. 독일 / 107
5. 체코 / 133

제 3 장	디지털 전자 진출 유망 시장 동향	157

1. 덴마크 / 159
2. 헝가리 / 179
3. 멕시코 / 201
4. 브라질 / 223
5. 사우디아라비아 / 253

제 4 장	진출 전략	285

1. 국별 전자부품 유망품목 / 287
2. 국별 디지털 전자 유망품목 / 295
3. 우리제품의 진출 성공 전략 / 301

	부 록	323

관련 기업 협회 리스트 / 전자산업 관련 전시회 정보

< 요 약 >

우리나라 전자산업은 전자부품 및 고부가가치 디지털 전자제품 수출에 힘입어 수출 1,000억 달러이상을 돌파하면서, 국내 제 1의 수출산업으로 자리잡고 있다.

최근 해외시장에서 고품질과 고성능을 확보한 전자부품의 수출이 증가세를 보이고 있으며 특히 해외 현지 공장 생산을 위한 부품 수출도 증가하고 있다. 반면, 국내 주요 브랜드의 해외 생산기지 이전 증가, 가전제품의 원자재 가격 상승 등으로 디지털 가전제품은 다소 수출경쟁력의 하락세를 보이고 있다.

최근 수출 호조세를 보이고 있는 전자부품의 경우, 주요 수요시장인 중국, 미국, 일본, 독일 등에서 우리의 주력 제품인 반도체, LCD 및 PDP 액정패널, 인쇄회로기판(PCB) 등에 대한 수요가 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 세계적인 수준의 품질과 기술력을 무기로 주요 시장에서 진출 확대가 유망한 것으로 전망되고 있다.

국가별 유망 전자부품을 살펴보면, 우선 중국의 경우, 집중정수부품, PCB, 커넥터, 센서류, 유기발광다이오드(OLED) 등에 대한 수요가 급증하고 있으며, 일본에서는 반도체(집적회로), 액정패널(LCD, PDP 등), PCB 등에서 수요가 증가세를 보이고 있다. 미국에서도 반도체(DRAM, Flash Memory), LCD 패널, 고기능 PCB 등 고기능 전자부품을 중심으로 진출이 유망하며, 독일 및 체코에서도 반도체, PCB, LCD, PDP 등 우리의 주요 수출품목이 경쟁력을 유지할 것으로 전망되고 있다.

한편, 디지털 전자제품의 경우, 유럽 등 선진국 진출확대를 위해서는 MP3, MP4 플레이어, 차세대 저장매체 등 부가가치가 높은 신기술 첨단 제품 위주

로 진출이 유망할 것으로 전망된다. 반면 신기술 도입이 선진국에 비해 다소 뒤진 중남미, 아프리카 국가들의 경우, 최근 활발하게 도입되고 있는 위성수신기, 디지털 TV, 홈시어터 제품 등 고급 디지털 가전제품을 중심으로 시장 확대 가능성이 매우 클 것으로 보인다.

우리 기업들의 세계 시장 확대 전략을 살펴보면, 전자제품 및 부품 공히 미국, 일본, EU 등 선진국 진출 확대를 위해서는 환경규범을 적극 준수하고, 친환경적인 첨단 제품 위주로 전략을 수립하고, 기술 및 품질 인증을 준수하며, 제품 및 업체에 대한 신뢰를 구축하려는 노력 강화를 들 수 있다. 그 외에도 전 세계적인 대형 유통체인 확산에 따라, 디지털 전자제품 진출 확대를 위해서는 각국별 대형 유통체인 진출에 적극적인 노력을 기울여야 한다. 특히, 전자부품의 경우, 미국, 일본 등 주요 선진기업들의 아웃소싱 전략을 적극 활용해야하며, 현지 기업과의 전략적 제휴, 인터넷 조달참여 등 다양한 진출확대 노력이 수반되어야 할 것이다.

전자부품 유망시장의 국가별 진출 방안의 경우, 우선 중국은 지역별 다각적인 시장 공략이 필요하며, 기 진출 대만계 및 화교 기업과의 전략적 제휴 추진도 가능하다. 또한, 중국 현지에서 고부가가치 제품 개발 및 대량생산 체제를 추진하고, 시장 진출시 현지 인맥을 활용할 수 있는 현지 전문가를 적극 활용하는 것이 바람직하다. 일본시장 진출 확대를 위해서는 환경친화적인 제품 개발, 부품의 소형화 추진 등 시장 환경 변화에 재빠르게 부응하는 노력이 필요하며, 일본 기업의 아웃소싱 전략을 적극 활용하고, 일본 기업과의 전략적 제휴 및 인터넷 조달을 활용하는 것이 바람직하다. 미국의 경우, EMS 전문기업에 대한 부품 공급 확대 및 친환경 제품 개발로 환경규제에 적극 대응하는 것이 중요하며, 장기적인 진출 기반 확대를 위해서는 대형 전자부품 전문 유통업체를 공략해야 한다. 독일에서는 고부가가치 제품으로 승부해야하며, 박람회 참가를 통한 시장개척, 인터넷 상거래 및 유력 유통업체 적극 활용은 물론, 제품 및 기업에 대한 신뢰도를 높이기 위한 지속적인 노

력이 요구된다. 체코의 경우, 현지 생산기업과의 전략적 제휴, 제조업체와의 직접 거래 또는 유력 유통업체를 적극 활용해야 한다.

디지털 전자 제품의 진출 전략을 국가별로 살펴보면, 우선 덴마크 디지털 전자시장 진출을 위해서는 대규모 유통 체인을 공략하는 것이 가장 빠른 방법이며, 수입업체나 에이전트를 통한 진출도 가능하다. 다른 유럽국가와 마찬가지로, 가격 오퍼에서부터 사후관리까지 상호 신뢰 구축을 위한 노력이 중요하며, A/S 시스템 등 바이어들의 요구사항에 신속하게 대응하는 체제가 구축되어 있어야하고, 기술 및 품질 관련 인증 구비가 필수적이다. 헝가리의 경우에도 현지 대형 유통 체인을 통한 진출이 유망하며, 현지 업체와의 제휴 추진, 유럽 수출 경력 제시를 통한 신뢰 구축, 탄력적인 결제조건이 중시되며, 중동구 시장 진출의 교두보로 활용가능하다는 장점이 있다. 브라질, 멕시코 등의 중남미 지역의 경우, 브랜드 인지도를 높이고 A/S 시스템을 구축하는 것이 중요하며, 특히 빈부격차가 심각한 중남미 지역에서 계층별, 지역별 시장 진출 전략 수립이 필요하다고 볼 수 있다. 또한, 가격 경쟁력 확보를 위해 철저한 시장 조사를 통한 현지 진출 검토도 필요하다. 사우디아라비아의 경우, 에이전트 선정이 매우 중요하며, 체계화된 A/S 구축 및 제품에 대한 보증 강화가 우선시 되고, 전시회 참가를 통한 마케팅 강화, 적극적인 광고 활동을 통한 브랜드 이미지 구축 등이 요구된다.

이와 같이 기존 수출 주력시장은 물론 신흥시장으로의 수출다변화 및 현지 투자 진출 등을 통해 완제품과 전자부품의 지속적인 해외 시장 진출 확대가 가능할 것으로 전망되며, 이를 위해 지속적인 부품·소재 국제경쟁력 강화 및 고부가가치 제품 개발 노력이 뒷받침되어야 할 것이다.

제 Ⅰ 장

개 요

1. 세계 전자산업 동향

○ 2004년 기준, 세계 전자산업 생산규모는 1억 2,900억 달러로 전년도 1억 1,430억 달러 대비 12.9%의 성장을 기록했으며, 지속적인 생산 확대를 나타내고 있음.

○ 2004년 세계 전자산업 생산에 있어서 국가별 시장 점유율은 미국 21.3%, 일본 15.5%, 중국 13.9%, 한국 7.1% 순으로 나타남.

- 미국, 일본은 시장 점유율이 최근 하락하고 있는 반면, 중국, 한국, 독일은 세계 전자시장에서 차지하는 비중이 점차 증가하고 있음.

<주요국 세계 전자산업 점유율 추이>

(단위 : 억달러, %)

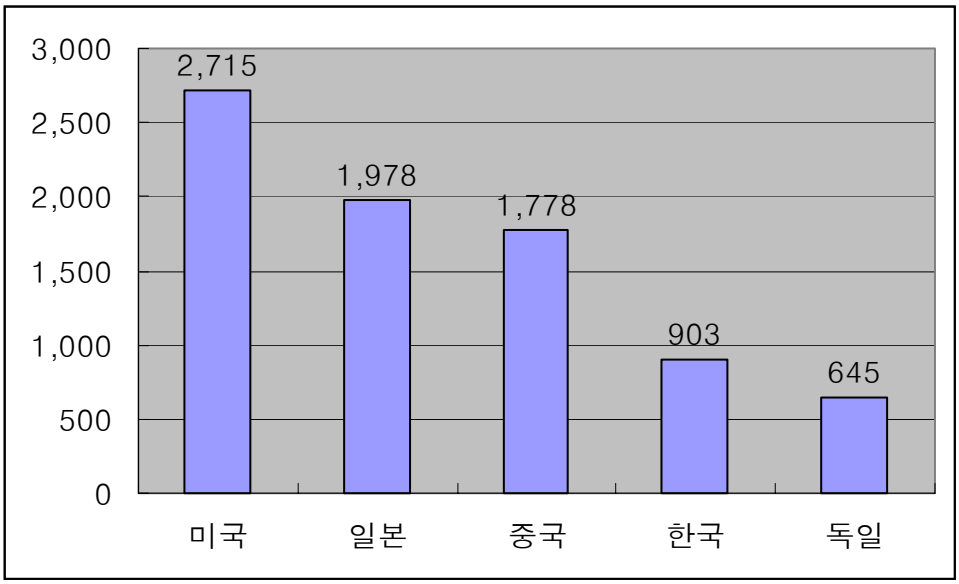
구 분	2001	점유율	2002	점유율	2003	점유율	2004	점유율
세계생산	11,367	100	10,567	100	11,430	100	12,900	100
미 국	3,206	28.2	2,604	24.6	2,563	22.4	2,715	21.3
일 본	1,893	16.7	1,624	15.4	1,802	15.8	1,978	15.5
중 국	946	8.3	1,202	11.4	1,474	12.9	1,778	13.9
한 국	537	4.7	624	5.9	736	6.4	903	7.1
독 일	485	4.3	468	4.4	569	5.0	645	5.1
말레이시아	395	3.5	386	3.7	413	3.6	459	3.6
싱가포르	349	3.1	364	3.4	394	3.4	441	3.5
영 국	454	4.0	365	3.5	370	3.2	420	3.3
대 만	390	3.4	366	3.5	346	3.0	359	2.8
프랑스	306	2.7	286	2.7	304	2.7	345	2.7

자료 : The Yearbook of World Electronics Data('05.6), 산자부 자료 재인용
주1 : 백색가전(냉장고, 세탁기, 전자레인지 등)을 제외한 주요품목 생산량
주2 : 2004년 추정치

- 한국의 경우, 2001년 4.7%에서 2004년에 7.1%로 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, 중국은 2001년 8.3%에서 2004년에는 13.9%의 점유율로 높은 생산 증가세를 보이고 있음.

<주요 국가별 생산 규모>

(단위 : 억달러)



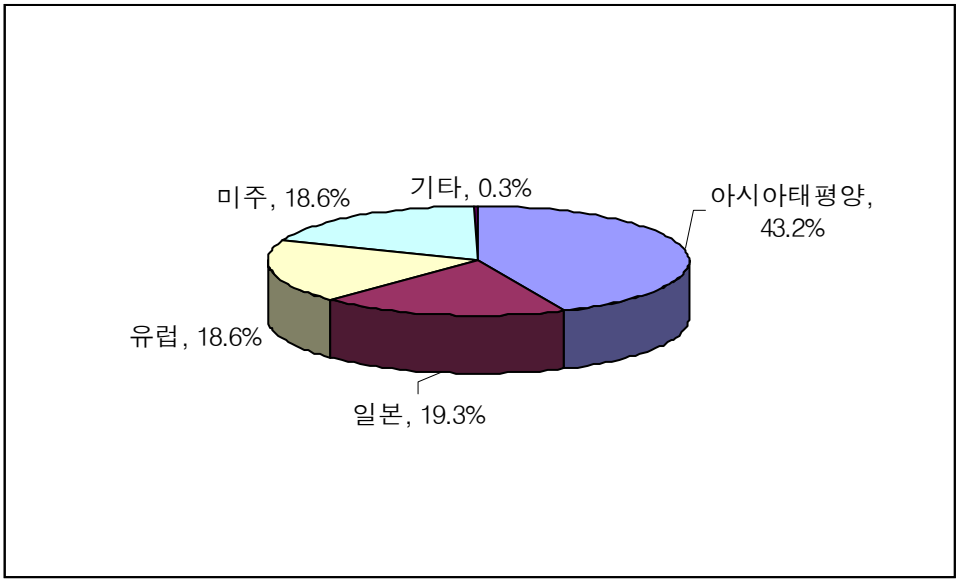
자료 : The Yearbook of World Electronics Data('05.6)
주: 2004년 기준

○ 세계 전자 부품시장의 경우, EECA(European Electronic Component Manufacturers Association)자료에 따르면, 2004년에 미국, 일본은 전년대비 세계 시장 점유율이 다소 하락세를 보여, 각각 19%의 시장 점유율을 나타났으며, 유럽은 18.6%로 안정적인 추세를 보이고 있는 것으로 평가됨. 반면, 중국, 한국, 말레이시아, 싱가포르, 대만 등을 포함한 아시아태평양지역은 43.2%를 기록해, 전년대비 3%의 시장점유율 상승을 나타냈음. 이와 같이 전자부품 시장에서 아시아태평양지역이 가장 높은 성장세를 기록하고 있으며, 미국,

일본 등에서 아시아지역 전자부품 아웃소싱이 증가하고 있는 것으로 평가됨.

<세계 전자 부품 시장 지역별 점유율>

(단위:%)



자료: EECA

2. 국내 전자산업 동향

가. 생산 동향

○ 2005년 우리나라 디지털 전자산업 생산규모는 전년대비 8.1% 증가한 229조원 규모를 기록했으며, 내수는 5.5% 증가한 165조원으로 나타남.

<디지털 전자산업 생산 및 내수 현황>

(단위: 십억원, %)

구 분	2004년	2005년	증감률
생 산	211,866	228,979	8.1%
내 수	156,736	165,297	5.5%

자료: KEA

○ 생산의 경우, 국내는 고부가가치 첨단제품 중심, 해외는 중저가 제품 중심으로 생산구조가 조정되는 추세를 보였으며, 내수는 고급전자제품의 보급 확대에도 불구하고 전반적인 가격 인하세 속에서 5.5% 증가에 머문 것으로 보임.

나. 수출 동향

1) 개요

□ 부품소재 수출 호조세

○ 2005년 전자산업 수출은 1,027억 달러를 기록, 국내 제 1의 수출산업으로 자리 잡고 있음.

○ 전자산업 수출에서 특히, 부품소재 부문이 호조세를 지속했는데, 해외 시장에서 고품질과 고성능을 확보한 우리 전자부품에 대한 수요가 증가세를 보이고 있으며, 해외 현지 공장 생산을 위한 부품의 수출도 증가하고 있는 추세를 보임.

<디지털전자산업 수출·수입현황>

(단위: 백만달러, %)

구 분	2004년	2005년	증감률
수 출	96,651	102,703	6.3
수 입	51,920	56,595	9.0

자료: KEA

□ 디지털가전 수출 감소세

○ 국내 주요 브랜드의 해외 생산기지 이전 증가 및 가전제품의 원재료인 알루미늄, 전기동 등의 가격 상승에 따른 수출경쟁력 하락으로 2005년 디지털 가전제품 수출은 전년대비 5.4% 하락한 146억 달러 규모를 기록했음.

<전자제품 수출 동향>

(단위: 백만달러, %)

구분	2004		2005	
	수출액	증감률	수출액	증감률
산업용전자제품[1)]	46,795	30.5	47,181	0.8
가전용전자제품	15,495	22.9	14,565	-5.4

자료 : KOTIS

1) 산업용 전자제품은 MTI 81기준이며, 유선통신기기, 무선통신기기, 컴퓨터, 전자응용기기, 계측제어분석기 등을 포함. 가전용 전자제품은 MTI 82기준.

2) 주요 품목별 수출 동향

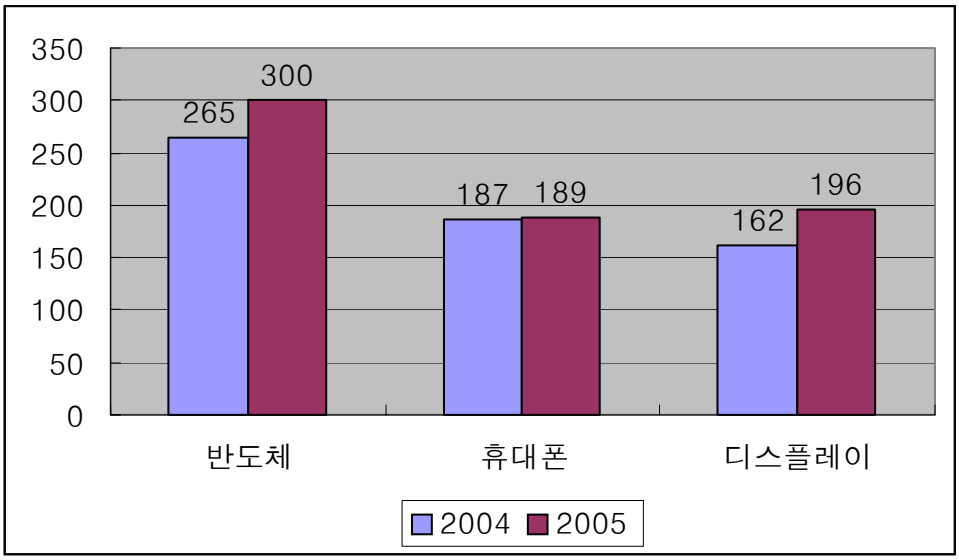
□ 주요 수출 품목 현황

○ 2005년 기준, 휴대폰, 메모리반도체, 비메모리반도체, 무선통신기기 부품, LCD 모니터 등 5대 수출품목의 전자부문수출 기여율이 58%에 달할 정도로 주요 품목 수출에 집중되어 있음.

○ 메모리 반도체, CDMA 휴대폰, 디스플레이 등은 2004년 기준 세계 시장 점유율 1위를 차지한 바 있으며, 2005년 수출 기준, 반도체는 300억 달러, 휴대폰 189억 달러, 디스플레이 196억 달러 규모로 지속적인 수출 상승세를 보이고 있음.

<주요 제품 수출 규모>

(단위: 억달러)



자료: 산업자원부

<2004년 세계 시장 점유율>

구 분	점유율	순 위
디스플레이(PDP)	38.6%(41.9%)	세계 1위(세계 1위)
휴대폰(CDMA)	22.1%(42.0%)	세계 2위(세계 1위)
반도체(메모리)	9.5%(37.5%)	세계 3위(세계 1위)

자료: 산업자원부

○ 특히, 반도체, 디스플레이 등 국산 전자부품의 품질과 성능이 경쟁국보다 우위를 점하고 있을 뿐 아니라 가격 경쟁력까지 확보하면서 글로벌 시장에서 호평을 받고 있음.

□ 전자부품 수출 현황

○ 전자부품 수출은 2005년 전년 대비 18.9% 증가한 408.7억 달러를 기록, 전체 전자 수출의 39.8%를 차지했으며, 2006년 1분기의 경우, 전년 동기 대비 30.3%로 급성장세를 보임.

<전자부품산업 무역 현황>

(단위 : 억달러, %)

구 분	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년	'06년(1~3월)
수 출	192.5	222.4	261.9	343.6	408.7	119.6
수 입	196.0	219.8	265.3	298.9	317.2	85.0
무역수지	-3.5	2.6	-3.4	44.7	91.5	34.6

자료 : KOTIS
주: MTI 83 기준

○ 품목별로는 반도체, LCD, CRT 브라운관 및 인쇄회로기판(PCB) 등 5대 부품이 2005년 전체 전자부품 수출의 87% 차지

<5대 전자부품 수출현황>

(단위 : 억달러)

메모리반도체	비메모리반도체	LCD	CRT 브라운관	인쇄회로기판	계
160.6	122.1	46.8	13.9	13.5	356.9

자료 : KOTIS

○ 2005년 전자부품 무역수지 흑자 규모는 91.5억 달러로 전체 부품소재 무역수지 흑자(234억 달러)의 39.1%를 차지할 정도로 주요 수출부문으로 자리 잡고 있음.

○ 전자부품산업의 성장은 중국 로컬기업의 급성장과 함께 현지 진출 글로벌 기업들의 생산이 확대되면서 한국산 부품소재에 대한 수요가 급성장한 점과, 일본 등의 글로벌 아웃소싱 확대 등에 기인한 것으로 볼 수 있음.

□ 주요 수출국 현황

○ 산업용 전자제품의 경우, 중국, 미국, 홍콩, 독일, 일본 등이 우리의 주요 수출 국가이며, 2005년 대미 수출은 감소한 반면, 독일, 일본 등에 대한 수출은 증가한 것으로 나타남.

○ 이와 함께, 최근 신흥시장 수출이 대폭 확대되어 수출시장 다변화가 진행되고 있음. 특히, 대브라질 수출은 전년 대비 33.6% 증가한 11.7억 달러를 기록했으며, 멕시코 수출 증가율은 9.6%, 헝가리 28%로 나타남. 또한, 아직 수출 규모는 작지만, 덴마크, 사우디아리비아도 각각 10.9%, 19.3%의 수출 증가세를 보이고 있음.

<국가별 산업용 전자제품 수출 동향>

(단위: 백만달러, %)

순위	국가	2004		2005	
		수출액	증가율	수출액	증가율
		46,795	30.5	47,181	0.8
1	중국	9,591	32.8	9,851	2.7
2	미국	10,339	30.4	7,834	-24.2
3	홍콩	3,727	9.1	3,799	1.9
4	독일	2,259	126.7	3,093	36.9
5	일본	2,136	43.4	2,407	12.7
6	영국	1,945	40.4	1,835	-5.6
7	이탈리아	927	132.6	1,542	66.3
8	인도	969	9	1,299	34
9	핀란드	943	162.8	1,223	29.6
10	브라질	873	78.3	1,167	33.6
16	멕시코	680	-8.8	746	9.6
20	헝가리	378	29.6	484	28
45	덴마크	57	24	63	10.9
47	사우디아라비아	48	15.2	57	19.3

자료 : KOTIS

주: MTI 81 기준

○ 2005년 가전용 전자제품의 주요 수출 국가는 미국, 중국, 멕시코, 홍콩, 일본 등인데, 전체 수출이 전년대비 5.4% 하락세를 보였으며, 특히, 미국, 일본 지역 수출이 각각 -14.4%, -44.7%로 큰 폭의 수출 하락세를 기록했음. 반면, 중국, 멕시코, 브라질 등의 국가에 대한 수출이 각각 27.1%, 49.8%, 32.3%로 전년대비 큰 폭의 증가세를 보임.

<국가별 가전용 전자제품 수출 동향>

(단위: 백만달러, %)

순위	국가	2004		2005	
		수출액	증가율	수출액	증가율
	총계	15,495	22.9	14,656	-5.4
1	미국	2,645	2.3	2,264	-14.4
2	중국	1,572	38.9	1,999	27.1
3	멕시코	765	51.4	1,146	49.8
4	홍콩	826	64.3	702	-14.9
5	일본	1,252	14	692	-44.7
6	네덜란드	350	61.5	544	55.3
7	호주	534	25.5	521	-2.4
8	핀란드	589	0.2	511	-13.3
9	폴란드	338	242.6	419	24.1
10	영국	534	-3.4	382	-28.5
20	헝가리	206	58.1	206	0
22	브라질	131	10.8	173	32.3
26	사우디아라비아	191	-10.6	147	-23
47	덴마크	25	18.6	28	13.7

자료 : KOTIS

주: MTI 82 기준

○ 전자부품 수출의 경우, 중국, 대만, 홍콩, 일본 등 아시아지역에서 한국산 전자부품에 대한 수요가 크게 확대되고 있으며, 플래시 메모리, LCD 디스플레이 제품 등 경쟁력을 갖춘 제품의 수출이 크게 증가하고 있는 추세임. 특히, 2005년 기준 중국 수출이 전년대비 73.5%나 성장했으며, 홍콩 22.5%, 말레이시아 17.9%, 일본 16.3%의 수출 증가율을 기록했음. 그 외에 아직 수출규모는 2,000만 달러에 불과하지만, 체코로의 수출 증가가 300%이상을 기록, 수출국 다변화가 진행되고 있는 것으로 나타남.

<전자 부품 주요 수출 국가>

(단위 : 백만달러, %)

순위	국가	2004		2005	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	34,360	31.2	40,867	18.9
1	중국	5,701	58.3	9,893	73.5
2	대만	4,500	63.1	5,027	11.7
3	홍콩	4,094	23	5,015	22.5
4	일본	4,028	8.8	4,683	16.3
5	미국	5,070	32.2	4,362	-14.0
6	싱가포르	2,813	36.9	3,170	12.7
7	독일	2,471	28.3	2,303	-6.8
8	필리핀	1,236	8.5	1,244	0.6
9	말레이시아	1,048	-12.1	1,235	17.9
10	영국	425	9.6	521	22.5
36	체코	5	19.9	20	310.9

자료 : KOTIS, 2006년 5월 기준
주: MTI 83 기준

3. 조사 방향 및 내용

□ 국가 선정

○ 기본 방향

- 공사 전자산업부문 2006년 주요 사업과 연계하여, 유망진출시장에 대한 사전 조사를 통해 시장개척 사업과 조사를 유기적으로 연계시키고자 함.

○ 전자부품

- 전자부품 시장 조사 국가는 공사 2006년 전자산업관련 사업에 참가하는 유망국가를 중심으로 선정되었음.

- 조사 대상국가인 중국, 일본, 미국, 독일 등은 우리 전자부품의 주요 수출국이며, 체코의 경우 2005년 기준, 전년대비 311%에 달하는 높은 수출 성장률을 기록했음.

- 전자부품관련 주요 사업으로는 상반기에 아시아 유력 전자/IT 메어커 초청 OEM 부품 아웃소싱 상담회, China Big 10 초청 아웃소싱 수출상담회 등이 개최될 예정임.

- 또한, 하반기에는 북미, 구주 지역 유력 전자메이커의 OEM 부품 아웃소싱 수요 확대에 따른 한국제품 시장진출 확대방안 모색을 위해, 歐美 글로벌 전자메이커 초청 OEM 부품 아웃소싱 상담회가 개최될 예정이며, 독일, 헝가리 등을 중심으로 전자부품 유럽 로드쇼도 진행될 계획임.

- 따라서, 2006년 전자부품 사업 활성화를 위한 사전 시장 조사차원에서 주요 전자부품 사업 참가국인 중국, 일본, 미국, 독일, 체코의 전자부품 시장 조사를 진행하였음.

○ 디지털 전자

- 공사 마케팅 사업에 하반기 상파울루를 비롯한 디지털 전자 중남미 로드쇼가 계획되고 있으며, 한국전자전 바이어 등으로 전자제품 유망시장인 덴마크, 헝가리, 사우디아라비아의 기업들을 초청할 계획이므로, 동 사업 실시 이전에 유망시장의 전자산업을 분석, 시장 진출 확대 방안을 모색하고자 함.

□ 조사 내용

○ 각 국가별 전자산업 시장 동향, 특성, 생산, 수요 및 수출입 동향을 분석하고, 시장 유통구조와 주요 품목별 경쟁동향 및 가격 동향 조사를 통해 유망국가별 시장 현황에 대한 이해를 도모하고자 함.

○ 제품 수출을 위한 국가별 수입제도 및 인증제도에 대한 설명과 함께, 각 국가별 진출 유망품목과 시장 진출 전략에 대한 소개를 통해 국가별 효과적인 진출 방안을 제시하고자 함.

제 Ⅱ 장

전자부품 진출 유망 시장 동향

일 본

1. 산업 개요

가. 전자산업

□ 생산 및 수요 동향

○ 2005년 일본의 전기·전자 생산시장 규모는 금액기준으로 세계 시장의 9.4%를 차지했으나, 중국, 인도 등의 전기·전자 시장 확대에 따라 세계 시장에서 차지하는 비중이 최근 감소 추세에 있음.

- 2004년 시장 점유율 : 북미(37.3%), 구주(30.5%), 일본(9.5%), 아시아(18.3%), 기타(4.4%)

- 2005년 시장점유율(잠정) : 북미(36.8%), 구주(30.2%), 일본(9.4%), 아시아(19.2%), 기타(4.4%)

○ 경제산업성에 의하면, 2004년도 기준 일본 국내의 설비투자는 일반기계가 전년대비 28.4%, 전자기계 15.3%, 전기기계가 4.6%로 증가 추세로 나타남.

○ 경제산업성에 따른 전기·전자공업생산액은 2004년도 25조 6,140억엔으로 전년대비 0.2% 증가를 기록했으며, 전자부품은 3.0% 감소, 전자관 반도체 소자 및 집적회로의 경우 2.1% 증가한 6조 6,754억엔으로 나타남. 2005년도(2006년 1월분까지 포함)의 경우, 총생산액은 전년 동기대비 4.4% 증가했음.

○ 일본기업들은 비교적 범용제품 위주로 아시아 지역 등 해외에 진출해있으며, 일본 국내생산은 부가가치가 높은 하이엔드(High-end) 제품 위주임.

- 그러나 최근 디지털기기의 경우, 시장 가격의 하락 속도가 빨라 생산 기지를 대만으로 이전 중임.

○ 일본 국내 전자기기의 세대별 보급률은 컴퓨터가 64.6%로 전년대비 소폭 감소한데 반하여, DVD 플레이어·레코더의 보급률은 50%에 가깝게 대폭 증가했음.

<전자기기의 세대별 보급률(2005.3기준)>

(단위:%)

품목	보급률 (%)
컬러 TV	99.3
브라운관 컬러 TV	97.4
PC	64.6
FAX	49.7
DVD플레이어·레코더	49.0
디지털 카메라	46.2
비디오 카메라	39.6
DVD재생전용기/DVD재생녹화겸용기	28.8/28.7
액정 플라즈마, 박형 컬러TV	11.5

자료 : 내각부
주 : 디지털 카메라에 카메라기능 휴대전화는 미포함

<전기·전자산업의 생산액>

(단위 : 백만엔, %)

기종	2002년도		2003년도		2004년도		2005년도 (2005.4~2006.1)	
	금액	전년 동기비	금액	전년 동기비	금액	전년 동기비	금액	전년 동기비
발전용 원동기계	437,215	△11.3	424,337	△9.9	457,463	7.5	20,962	△61.9
회전전기기계	829,006	0.3	841,911	1.3	921,880	10.2	73,234	0.2
정지전기기계	484,643	△11.8	508,392	4.8	534,679	5.1	40,457	7.0

개폐제어장치	1,192,755	△3.4	1,185,658	△0.4	1,306,145	10.2	105,988	7.2
민생용 전기기계	1,164,701	△11.0	1,144,958	△1.4	1,144,609	0.1	73,484	4.7
에어콘, 냉장고, 제습기	797,932	△11.8	745,916	△6.5	749,325	0.4	55,568	19.0
전구, 배선 및 전기조명기구	979,956	0.2	978,091	△0.5	1,038,922	7.0	89,669	2.1
통신기기 및 무선 장치	3,078,697	△11.8	3,354,606	9.8	2,971,631	△11.5	223,794	6.5
민생용 전자기기기구	2,017,164	8.5	2,414,003	19.4	2,509,617	3.5	175,431	16.3
전자부품	2,781,978	3.1	2,692,815	0.2	2,613,713	△3.0	224,258	13.4
전자관 반도체 소자 및 집적회로	5,903,685	12.8	6,538,230	11.6	6,675,434	2.1	548,143	9.7
전자계산기 및 관련장치	3,181,866	△23.3	2,641,012	△6.4	2,480,003	△7.6	169,777	△16.0
전기계측기, 전자응용장치	1,167,875	△2.7	1,357,283	16.2	1,542,302	13.8	123,198	6.5
전지	694,420	1.7	687,279	△0.8	668,368	△2.8	55,578	9.8
합계	24,711,893	△3.5	25,514,491	5.3	25,614,091	0.2	1,979,541	4.4

자료: 경제산업성 생산동태 통계조사
주: 2004년도는 4.1일에서 3월말기준, 2005년도는 2006년 1월까지의 생산량

□ 시장 특성

○ 2004년에 생산이 증가한 주요 전자기기로 휴대전화, 자동차 네비게이션, 액정TV, DVD레코더, 디지털 비디오카메라, 기록형 DVD드라이브, 광학식 프린터, 잉크젯 프린터, 디지털 스틸카메라가 있음.

- 이중에서 액정TV, 디지털비디오카메라, 디지털스틸카메라, 자동차 네비게이션, 광학식 프린터는 일본기업들이 생산을 주로 담당하지만, 휴

대전화기, 노트북 PC, 광디스크 드라이버 등은 구미 브랜드 및 대만 브랜드 기업에 의한 위탁 생산이 압도적임.

○ 디지털기기의 가격 인하가 빠른 속도로 진행되면서 대만을 비롯한 해외공장으로의 디지털 스틸카메라 등 디지털 기기의 생산 이전이 가속화될 전망임. 일본 국내생산은 "셀"생산이라 불리는 종업원 1인이 모든 생산 공정의 작업을 진행시키는 방식을 도입하여 소량다품종 생산체제에 대응중임.

<일본 메이커 주요기기의 해외생산 비율>

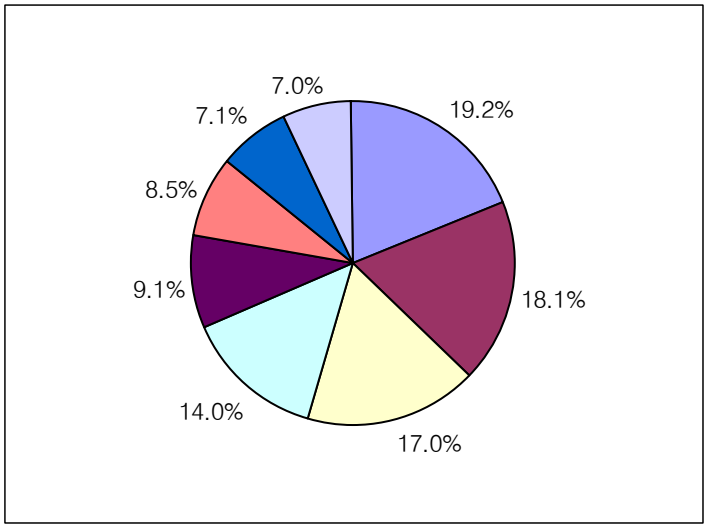
분류	2003년도		2004년도
카 네비게이션 시스템	0.0	⇒	0.4%
DVD레코더	38.0%	⇒	66.6%
디지털 비디오카메라	10.4%	⇒	21.9%
광학식프린터	82.1%	⇒	93.9%
잉크젯 프린터	99.9%	⇒	99.6%
노트북 컴퓨터	35.1%	⇒	37.3%
가정용 게임기(포터블 제외)	88.7%	⇒	98.9%
액정 TV	3.8%	⇒	24.3%
기록형 DVD드라이브	79.8%	⇒	86.6%
휴대전화단말기	36.2%	⇒	42.5%
디지털 스틸 카메라	38.5%	⇒	45.3%

자료: 중일사 전자기기연감 2006

○ 주요 전자기기의 각 브랜드별 일본시장 점유율

<디지털 스틸 카메라>

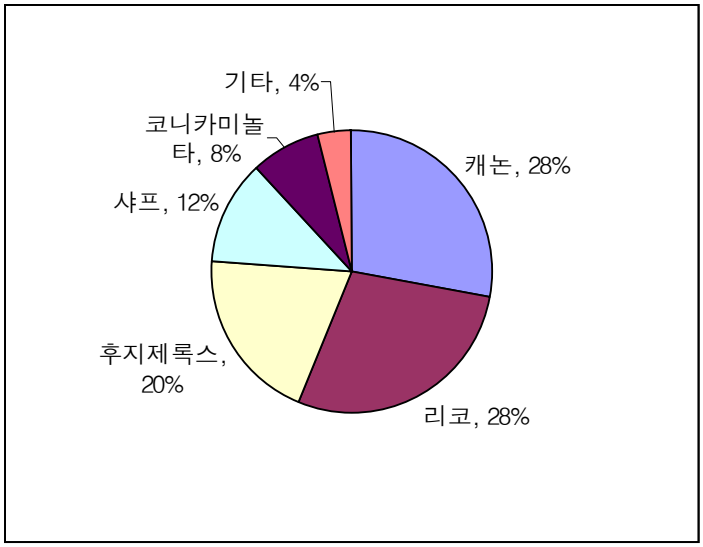
(단위 : %)



자료 : 중일사 전자기기 연감 조사
주 : 2004년 출하대수 총 8,550천대 중

<복사기>

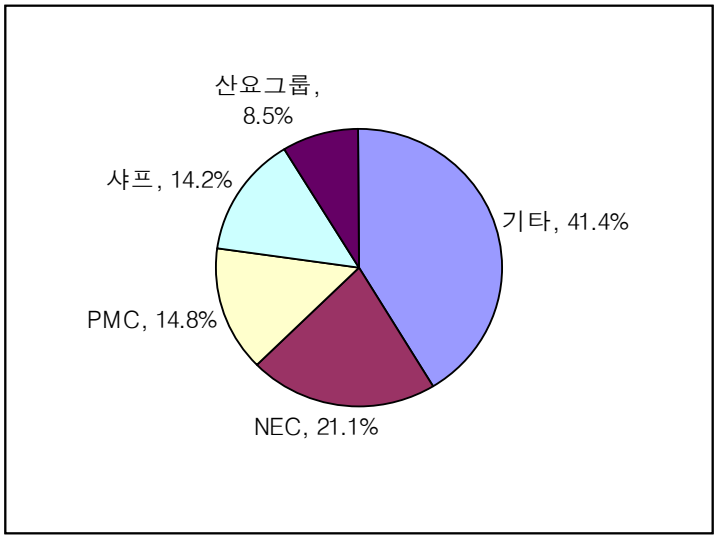
(단위: %)



자료 : 중일사 전자기기 연감 조사
주: 2004년 출하대수 728천대 중

<휴대전화기>

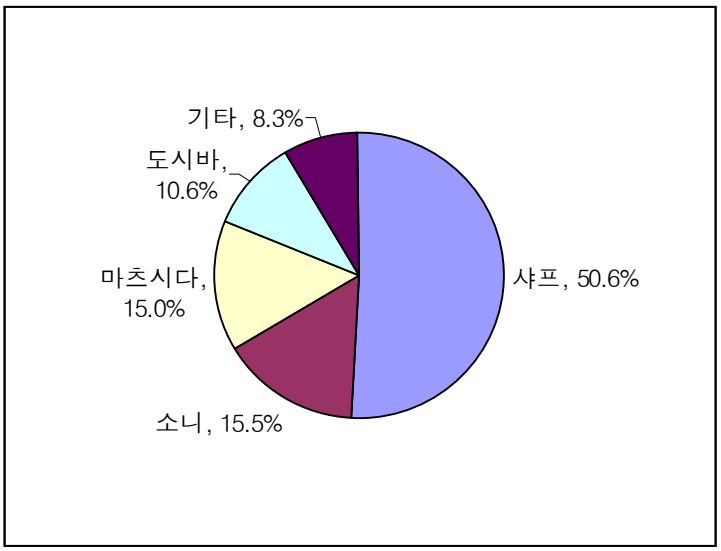
(단위 : %)



자료 : 중일사 전자기기 연감 조사
주: 2004년 출하대수 43,200천대 중

<액정 TV>

(단위: %)



자료 : 중일사 전자기기 연감 조사
주: 2004년도 출하대수 2,406천대 중

나. 전자부품

□ 생산 및 수요 동향

○ 경제산업성 기계통계 잠정치에 따르면, 일본의 2005년 전자부품 및 디바이스 생산 금액은 전년대비 5.3% 감소한 9조 2,565억엔으로 소폭 하락세를 보임.

○ 2001년에 전년대비 24.2%에 달하는 큰 폭의 하락세를 보였으나 2003년부터 회복 기조를 보여 2004년도는 10조엔대의 생산을 달성했으며, 2005년도에는 소폭 하락한 9조 2,565억엔을 기록함.

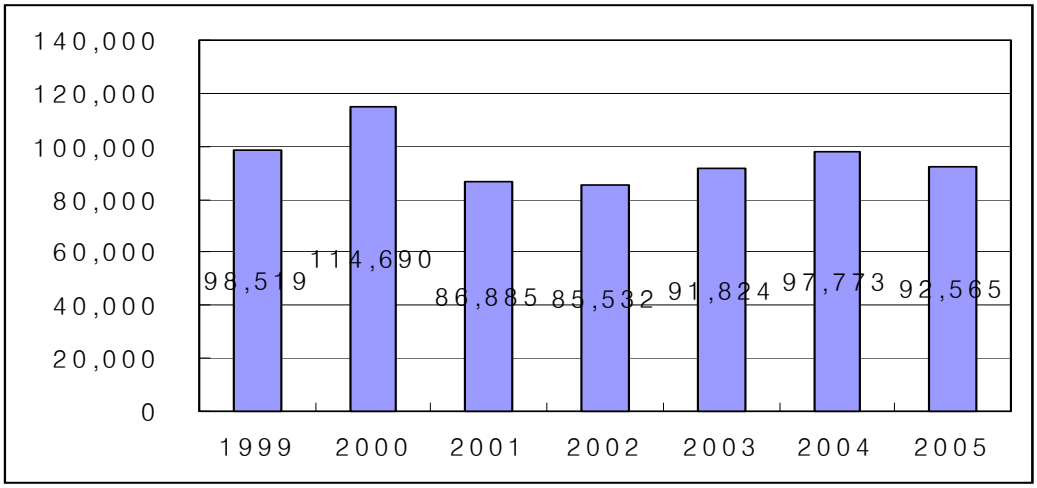
○ 그러나 일본 부품 회사들은 국외 생산을 가속시키고 있어 국외 생산을 감안할 경우, 부품산업 전체로서는 플러스 성장을 기록한 것으로 볼 수 있음.

○ 2005년도 상반기에는 생산 조정에 들어간 세트기기가 증가하면서 생산이 소폭 감소하였으나, 하반기에는 액정 TV, 컴퓨터, 휴대전화 등의 수요가 대폭 증가함에 따라 일본제조업체를 포함한 세계의 전자업계가 활황이었던 것으로 분석됨.

○ 2006년 상반기에도 이들 주요기기가 시장을 이끌어가고 있으나, 원유가 상승에 의한 원자재 가격 폭등의 영향으로 업계에 따라서는 사업재편, 폐업 등이 증가할 가능성이 있음. 일본 제조업체들은 선택과 집중을 가속화시키고 있어, MENS(Micro Electro Mechanical Systems)/나노테크놀로지 분야, 센서, 연료전지관련 등 최첨단 기술, 고부가가치 제품의 강화를 모색할 것으로 보임.

<전자부품 및 디바이스의 생산액 추이>

(단위: 억엔)



자료: 경제산업성 기계통계(2005년도 잠정치), 전자부품연감

<주요 전자부품 생산액>

(단위: 억엔)

분야	2001	2002	2003	2004	2005
수동부품	8,963	8,592	8,634	8,951	8,928
변환부품	1,209	1,176	946	698	574
접속부품	8,157	7,760	7,931	7,977	8,121
기타전자부품	3,796	3,909	3,860	3,774	3,515
전자회로기판	7,913	7,752	7,855	8,160	8,320
전자디바이스	56,800	56,302	62,562	68,188	63,085

자료: 경제산업성 기계통계(2005년은 잠정치), 전자부품연감

□ 시장특성

○ 수동부품

- 수동부품의 생산 금액은 2005년에 0.3%감소해 2004년과 비슷한 수준이며, 수동부품은 저항기, 고정콘덴서, 코일, 트랜스, 수정진동자, 복합

부품 등 해외생산율이 높은 부품 위주임. 일본에서는 해외생산 위주의 범용품과 국내의 고성능품 간에 구분이 이루어진 상태이며, 전체적으로 휴대전화, 컴퓨터, TV 등의 생산 추이가 수동부품시장에 큰 영향을 끼치고 있음.

○ 변환부품

- 변환부품은 2005년 국내생산이 전년대비 17.8% 감소했는데, 이는 해외생산 비율의 증가가 반영된 결과임. 특히, 음향부품, 전기헤드, 초소형 모터 등 일부의 고기능품을 제외하고 해외생산비율의 증가가 두드러짐. 고부가가치 품목이었던 HDD용 헤드도 해외생산이 주류가 됨.

○ 접속부품

- 2005년도 생산금액은 전년대비 1.8% 증가한 8,121억엔으로 소폭의 생산 증가 기록. 커넥터, 스위치는 박형TV, 휴대전화, 컴퓨터 관련된 제품으로 수요가 건실한 상태이며, 특히 소형 기판내부의 커넥터는 일본 브랜드의 특화가 잘 두드러진 분야임. 향후에도 커넥터가 접속부품의 중심이 되어 국내 생산을 견인해 나갈 것으로 전망됨.

○ 기타 전자부품

- 2005년의 일본 국내생산은 전년대비 6.9% 감소했으며, 스위치전원은 플러스 성장을 기록했고 TV용 튜너, TV용 안테나, 자기테이프, 광디스크 생산이 감소세를 보임. 이 분야는 해외생산이 활발한 것이 특징으로 일부의 고성능 제품을 제외한 해외생산이 가속화될 전망임.

○ 전자회로기판

- 전자회로기판의 2005년 생산은 전년대비 1.9% 증가한 플러스 성장을 기록함. 플랙서블 배선판은 소폭 감소, 리지트개판, 모듈기판 생산은

소폭 증가를 나타냄. 특히, 일본 브랜드는 고부가가치 제품의 강화에 주력할 것으로 예상되어 모듈기판 생산이 증가할 전망임.

○ 전자 디바이스

- 2005년도에 전년대비 7.2% 감소한 마이너스 성장을 기록했으며, 전자관, 반도체소자, 집적회로, 액정 디바이스 모두 전년도보다 생산이 감소함. TV, 모니터의 박형화로 전자 디바이스 생산이 향후에도 감소세를 보일 것으로 예상되며, 반도체소자, 집적회로도 해외 생산이 강한 분야이므로 향후 비약적인 생산 증가를 기대하기 어려움.

<전자부품, 디바이스 생산 실적 및 전망>

(단위: 백만엔, %)

		2004년	전년대비	2005년	전년대비	2006년	전년대비
전자부품	수동부품	895,065	3.7	892,805	△0.3	906,366	1.5
	접속부품	797,673	0.6	812,123	1.8	818,360	0.8
	전자회로기판	818,601	4.0	834,330	1.9	802,441	△3.8
	변환부품	69,793	△26.2	57,400	△17.8	53,399	△7.0
	기타전자부품	377,437	△2.8	351,393	△6.9	344,990	△1.8
	소계	2,958,569	1.1	2,948,051	△0.4	2,925,556	△0.8
전자디바이스	전자관	327,368	2.2	303,845	△7.2	374,562	23.2
	반도체소자	1,072,516	11.5	1,061,125	△1.1	1,084,637	2.2
	집적회로	3,619,050	5.3	3,287,951	△9.1	3,419,007	4.0
	액정디바이스	1,799,769	17.1	1,655,555	△8.0	1,579,299	△4.6
	소계	6,818,703	9.0	6,308,476	△7.5	6,457,505	△1.8
합계		9,777,272	6.5	9,256,527	△5.3	9,383,061	1.4

자료: 경제산업성기계통계(2004년, 2005년), JEITA(2006년)

다. 수출입 동향

○ 수출동향

- 일본 전자 부품의 수출은 2005년에 전년대비 2.4% 증가한 9조 7,465억 엔이며, 수입의 경우, 전년대비 3.53% 증가한 7조 5,595억엔을 기록

<전자공업의 수출액 추이>

(단위: 억엔)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
민생용	14,095	16,295	17,219	17,891	16,886
산업용	29,038	25,394	23,086	24,462	21,887
전자부품	78,175	80,891	86,703	95,187	97,465
합계	121,308	122,580	127,008	137,540	136,239

자료: 재무성 무역통계

<전자공업의 수입액 추이>

(단위: 억엔)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
민생용	6,681	6,101	6,013	7,341	6,937
산업용	25,438	24,095	24,095	25,573	25,104
전자부품	39,547	38,986	38,986	45,482	43,554
합계	56,410	69,181	69,181	78,396	75,595

자료: 재무성 무역통계

○ 품목별 수출을 살펴보면, 다이오드 및 유사 반도체, 전자관은 각각 전년대비 수출이 5.7%, 21.9%의 성장을 보였고, 집적회로는 전년도 수준을 유지했으며, 방송 및 무선 통신기기, 방송수신기 및 영상, 음향기기, 전자카드는 마이너스 성장을 기록함.

○ 품목별 수입을 살펴보면, 유선 통신기기, 전자카드, 액정표시장치의 수입이 각각 17.5%, 56.5%, 65.1%로 대폭 증가했음.

○ 중국으로부터의 범용 부품 수입이 증가하는 한편, 전자디바이스 분야의 첨단부품의 수출이 늘어나는 추세임.

○ 일본 전자부품의 지역별 수출 동향을 살펴보면, 2005년에 미국과 중국에 집중된 부품 수출이 소폭 감소하고 아시아, 유럽 등의 기타지역으로 수출은 증가세를 보임.

- 전체 수출 중 지역별 비중(2005년) : 76.69%(기타), 16.28%(미국), 7.02%(중국)

○ 일본 전자부품의 지역별 수입 동향을 살펴보면, 미국으로부터의 수입량은 2004년 이후 감소 추세를 보이고, 중국에서의 수입량은 2001년 이후 지속적으로 증가하고 있음.

- 전체 수입 중 지역별 비중(2005년) : 72.9%(기타), 18.5(미국), 8.6%(중국)

<일본의 주요 전자부품 수출 동향>

(단위 : 천엔, %)

품목	2004년	전년대비 증가율	2005년	전년대비 증가율
다이오드, 트랜지스터 및 유사반도체	1,303,603	17.8	1,378,339	5.7
전자집적회로	3,212,387	7.2	3,210,884	0.0
유선통신기기	140,270	-13.7	150,008	6.9
방송 및 무선통신기기	1,391,937	25.1	1,380,065	-0.9
방송수신기 및 영상, 음향기기	156,650	-17.7	150,969	-3.6

전자관	81,416	-24.8	99,270	21.9
인쇄회로판	325,873	23.8	346,346	6.3
전자축전기	430,072	7.5	431,613	0.4
전자저항기	96,356	4.0	96,593	0.2
전자카드	524	-34.3	368	-29.8
액정표시장치	327,075	16.3	324,835	-0.7

자료 : KOTIS 일본부품소재통계

<일본의 주요 전자부품 수입동향>

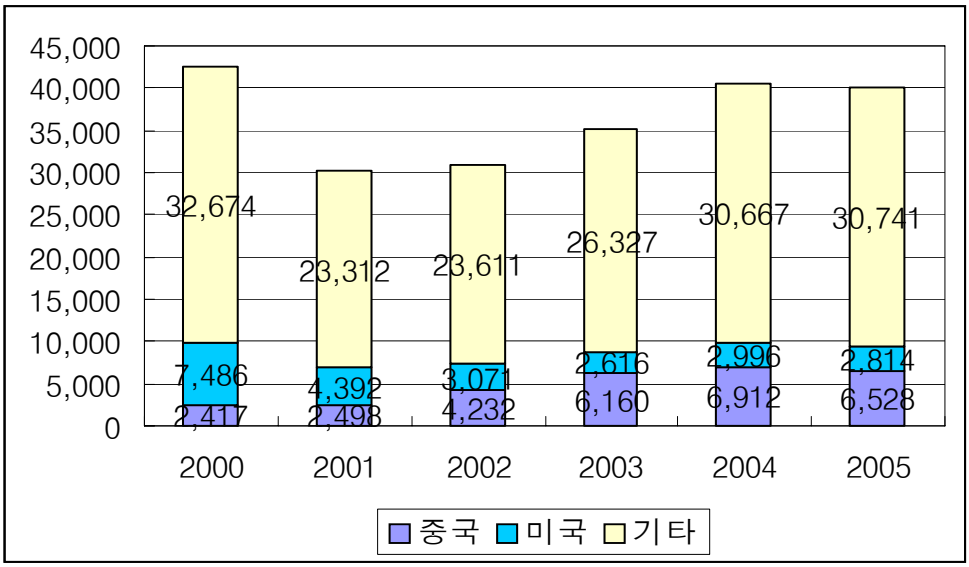
(단위 : 천엔, %)

품목	2004	전년 대비	2005	전년 대비
다이오드, 트랜지스터 및 유사반도체	348,986	14.6	372,771	6.8
전자집적회로	1,998,493	12.5	2,070,455	3.6
유선통신기기	158,638	-10.6	186,340	17.5
방송 및 무선통신기기	543,842	35.4	531,298	-2.3
방송수신기 및 영상음향기기	167,782	-3.6	180,806	7.8
전자관	15,226	-16.1	13,715	-9.9
인쇄회로판	139,252	20.6	141,929	1.9
전자축전기	45,406	-1.2	45,178	-0.5
전자저항기	28,713	13.9	32,303	12.5
전자카드	255	12.8	400	56.5
액정표시장치	148,085	14.7	244,464	65.1

자료 : KOTIS 일본 부품소재통계

<일본 전자부품 지역별 수출 동향>

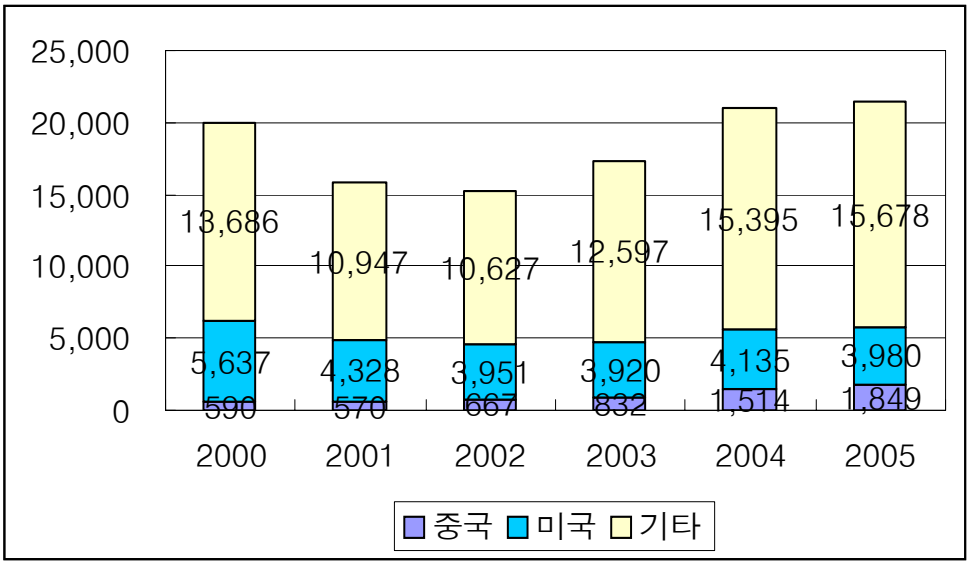
(단위: 백만 달러)



자료: 중일사, 전자부품 동향2006

<일본 전자부품 지역별 수입 동향>

(단위 : 백만달러)



자료 : 중일사, 전자부품 동향 2006

다. 향후 시장전망

○ 모건스탠리 조사에 따르면, 일본 부품 수요의 증가가 2006년 상반기까지 지속될 것으로 전망됨.

- 2005년 상반기에 주요 전자부품 제조업체 13개사[2]의 영업 이익은 전년 동기대비 10% 감소하였으나, 2005년 하반기의 영업이익은 전년 동기대비 40%정도 증가한 것으로 분석함.

○ 부품수요 증가의 요인으로는 2004년 여름부터 2005년 가을에 걸쳐 진행된 재고조정, 신흥 개발국으로의 부품 수요가 증가한데 따른 결과로 보임.

2. 유통구조

○ 전자 부품의 유통구조로는 직판과 대리점 경유를 들 수 있음. 직판과 대리점에 대한 비중은 각 품목에 따라 상이한데, 일반적으로 중소 제조업체는 판매력이 악해 대리점을 통해 거래하는 경우가 많음.

○ 직판의 경우, 최종 수요처와의 밀착, 시장 수요에 대한 빠른 대응 등이 용이하며, 대리점 경유의 장점으로는 지방 사용자 또는 중소기업 사용자를 대상으로 한 영업 전개가 가능하다는 점을 들 수 있음.

○ 전자관과 같은 부품의 경우, 부품의 특성상 세트메이커로의 납품이 대부분인 경우가 있음.

---

2) 1. 롬 2. 무라다제작소 3. 교세라 4. 일동전공 5. 일본전산 6. 히로세 7. 알프스전기 8. TDK 9. 마부치 10. 일본특수도업 11. 신광정기공업 12. 이비덴 13. 동경전파

○ 반도체의 경우, 제조업체로부터의 직접 판매와 반도체 상사를 통한 유통으로 나누어짐. 반도체 상사는 국내에서 소비되는 반도체의 20~25%를 취급하며, 종합전기의 판매부분을 담당해온 제조업체 계열의 상사와 독립계열의 상사로 나누어짐.

○ 반도체의 유통을 중심으로 살펴보면, 반도체의 유통은 일반적으로 제조업체로부터 수요처로의 직판 채널, 그리고 반도체 상사, 대리점을 경유하는 채널로 구성되며 각각의 비중은 제조업체 브랜드에 따라 상이함.

○ 직판 채널은 ①대형 수요용, ②커스텀 IC 등 제조업체·수요처간에 밀접한 관계를 갖는 케이스가 주류를 이루는데, 제조업체에 따라서는 대리점을 통하는 경우도 있음.

○ 유통과정상 반도체상사나 대리점을 통하는 경우는 소규모 수요용이나 다양한 종류의 범용 IC가 대부분을 이루고 있음.

○ 또한 최근에는 IC 수요자층의 확대와 수요처 니즈에 대한 적극적인 대처가 중요해지면서 제품 설계 면에서의 기술력, 서비스력을 강화하는 움직임도 두드러지고 있음.

○ 반도체 제품은 가격변동이 극심하여 판매처와 가격 결정이 어떻게 이루어지는가, 또한 직판과 대리점 경유의 비중은 어느 정도인가, 대리점 판매에 의존하지 않을 수 없는가, 아니면 적극적으로 대리점망을 활용해왔는가, 대리점망의 규모, 유력 반도체상사 포함 여부, 소비 제품에 대해서는 유력 수요처와의 사이에 긴밀한 관계가 형성되어 있는가도 유통채널 구축시 중요한 고려 요인으로 지적됨.

3. 경쟁현황

○ 우리의 대일 전자부품 수출에서 압도적인 비중을 점하고 있는 반도체 집적회로를 중심으로 살펴보면, 한국의 주된 경쟁국은 대만, 미국, 필리핀, 말레이시아 등임.

○ 미국의 경우는 2003년까지 일본 전체 수입시장 점유율이 1위였으나 2004년 들어 대만에 1위 자리를 내주었음

○ 한편 상위 10대 수출국 가운데 중국의 수입 증가율이 가장 높아 2004년에는 전년대비 101.5%의 급증세를 보였고., 2005년에도 25.9%의 증가세를 나타냄.

○ 한국제품의 경우, 반도체를 포함한 액정패널, PCB 등은 이미 세계적인 수준의 품질과 기술개발력 및 증산체제 구축에 의한 공급능력을 갖추고 있어 대만, 일본산에 비해 뒤지지 않는 경쟁력을 확보하고 있음

<일본의 반도체 집적회로 수입실적>

(단위 : 백만달러, %)

순위	국별	2003년	2004년	2005년	
				금액	증감률
	전체	15,366	18,475	18,736	1.42
1	대만	3,050	4,300	5,122	19.14
2	미국	3,646	3,813	3,578	-6.14
3	한국	3,176	3,440	3,397	-1.26
4	필리핀	1,142	1,477	1,420	-3.81
5	중국	505	1,018	1,281	25.85
6	말레이시아	1,174	1,401	1,129	-19.39
7	싱가폴	970	1,131	1,001	-11.45
8	태국	462	479	528	10.12

자료 : WTA
주: HS code 8542(반도체 집적회로) 기준집계

나. 가격동향

○ 주요 부품의 가격 동향[3)]

- DRAM : 공급과잉으로 인하여 2002년 이후 하락세를 보인 DRAM의 평균 단가는 2005년 기준 개당 440엔 수준으로 전년 415엔 대비 소폭 증가를 보였으며, 이는 디지털 가전의 증산으로 인한 결과로 보임.
- 커넥터 : 동축커넥터(범용 브랜드 없는 것)의 경우 630엔, 켈 2.54mm 핏치카드엣지커넥터 924엔, 하우징커넥터 ML형2p 158엔, L형 2p 173엔, LL형2p 189엔 등 종류에 따라 세분화됨(2005년4월 기준).
- IC트랜지스터 : CMOS 74엔~147엔, 트랜지스터 53엔~242엔, FET 252엔~357엔, 삼단자 레귤레이터 242엔, IC 179엔~252엔 수준임.
- 다이오드 : 규격에 따라 큰 차이가 있으나, 일반품목의 최저가격은 53엔, 최대가격은 830엔대임.
- 초고광도발광다이오드 : 53엔대에서 1,344엔까지 품목에 따라 큰 차이가 있음.
- 트랜스 : 아웃풋트랜스 483엔, 드라이버트랜스 483엔 등 수준
- 세라믹 바리스터 : 126엔~410엔

3) 동 가격은 부품 가격의 일부 예이며 브랜드와 세부종류에 따라 변동 가능

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도(수입관세/ 비관세장벽)

○ 전자부품에 관한 수입관세는 일본에서 거의 0%에 가까운 수준임. 단, 케이블 등 일부 품목에 관하여 예외가 있음.

○ 현재 대일 주요 수출품목에 관한 수입규제로는 하이닉스 반도체에 부과된 상계관세가 있음.

- 품목 : DRAM(하이닉스)
- 유형 : 상계관세
- 조사개시 : 2004.8.3
- 최종판정 : 2006.1.20
- 경과 : 일본 정부가 지난 1월 20일 Hynix DRAM에 대해 5년간 27.2%의 상계관세를 부과하기로 한 것과 관련, 한국정부는 이러한 조치가 WTO 보조금 협종에 위배된다고 보고, 3월 14일 WTO 분쟁해결절차에 따른 양자협의를 요청하는 서한을 일본 측에 전달한 상태임.

○ 수입제도

- 주요 제품 중심으로 수입제도를 살펴보면, 다이오드(HS CODE 854110)의 경우, 일본 내 수입 판매에 있어서 법적인 규제는 없으며, 수입(납세)신고서에 인보이스, B/L, 보험명세서 등의 서류를 첨부하여 세관에 제출하고, 세관에서는 심사, 검사 등 납세 후 수입허가서가 교부됨[4].

4) 관련법으로는 관세법, 관세정률법이 있음.

- 트랜지스터(HS CODE 854121)의 경우에도, 수입 및 국내 판매 등에 있어 특별한 법적인 규제는 없으며, 수입신고서에 인보이스, B/L, 보험명세서 등의 서류를 첨부하여 세관에 제출하고, 세관에서 심사/검사/납세 후 수입허가서를 교부함.

나. 주요 인증제도

○ 전자부품에 관련된 주요 인증으로 JIS(Japan Industrial Standards), PSE가 있음.

○ JIS 제도

- 공업표준화법에 의한 JIS마크 표시제도는 합리적인 공업표준의 제정 및 보급을 목적으로 제정된 제도이며, 임의인증제도로서 강제 규격인증제도는 아님.

- 2003년 6월 공업표준화법의 개정에 따라 2005년 10월 이후부터 대상이 된 규격에 대해서는 일본공업표준조사회의 홈페이지(www.jisc.go.jp)의 리스트 참조해서 JIS 마크 표시제도를 준수해야함.

- 또한 표시대상이 되지 않은 규격의 경우 민간단체 등 이해관계인이 자발적으로 공업표준원안을 작성하여 주무대신에게 신청할 수 있음.

- 2005년 11월 기준, 1,673개 규격이 신 JIS마크의 표시 대상이 되며, 이 중 전기전자에 관련된 품목은 에나멜 선 등 69개 품목임.

- 원래 인증은 국가 또는 국가가 지정한 기관이 실시하였지만 국제적인 기준(ISO/IEC가이드 65)에 근거하여 국가에 등록된 민간의 제 3자 인증기관도 실시하게 되었음[5].

5) 등록인증기관 리스트는 홈페이지(http://www.jisc.go.jp/acc/jismrk-jasc.html) 참조

< JIS 표기 >

자료 : 일본 공업표준 조사회 홈페이지

○ 전기용품안전법 개정 내용

- 전기용품관리법(구법)이 2001년 4월 1일에 전기용품안전법(신법)으로 개정되어 450개 품목의 전기용품 규제대상 제품에 신법마크(PSE)를 표시하는 것이 의무로 규정되었음.

- 제조업자가 제품의 안전성에 대하여 체크하고 문제가 없으면 마크를 붙이는 형태이며, 2006년 4월 1일 이후, 신법 마크가 표지되어 있지 않은 제품을 판매 또는 판매 목적으로 진열하는 것은 불가능해짐.

- 단, 기존 마크를 부착하고 있는 제품에 대해서는 유예조치로서 기한을 한정하여 판매하거나 판매목적으로 진열하는 것이 인정되었음(품목별 유예기간 하기표 참조)

- 2006년 대상이 되는 품목은 냉장고, 세탁기 등으로 중고가전 259개품목, 2008년 4월에는 에어컨 등 101개 품목이 대상으로 추가 적용됨.

<신·구법 마크 비교>

	주요 대상제품	신법 마크	구법 마크	판매유예기간
특정전기용품 (112품목)	전기온수기,전기변기 등			2006년3월31일
	전기마사지기, 직류전원장치(AC아답터) 등			2008년3월31일
	형광등 용 소켓			2011년3월31일
특정 이외의 전기용품 (338품목)	전기냉장고,전기세탁기,텔레비전,게임기기 등		마크 없음	2006년3월31일
	전기스탠드, 전기 냉방기(에어컨), 전동공구 등			2008년3월31일
	전선관 등			2011년3월31일

자료: 경제산업성 소비자정책 안내자료
주: 세부품목의 경우, 경제산업성 홈페이지에서 참조가능(일본어)

○ PSE미부착 전기용품의 경우, 전기용품 안전법상의 기술기준에 적합한지 확인 절차를 이행한 후, 새로운 전기용품안전법의 표지를 부착할 수 있으며, 절차는 아래와 같음.

- 이름, 주소, 제조하는 전기용품명 및 제조하는 사업장의 명칭, 주소 등을 기입한 "사업 제출서"를 등록

- 제조하는 전기용품의 기술기준에 적합한지 확인

- 특정 전기용품에 대해서 등록검사기관의 적합성 검사를 받고 적합성 증명서를 입수, 보존

- 완성품에 대해서는 자체적인 검사를 행하여 그 검사 기록을 보관

중 국

1. 전자부품 산업개요

가. 시장동향 및 특성

□ 중국 전자정보산업(電子信息產業) 현황

○ 전자정보산업은 일반적으로 통신설비(**通訊設備**), 소비전자(**消費電子**), 전산제품(**電腦產品**), 전자부품(**電子元器件**) 등으로 분류됨.

○ 중국의 전자정보산업은 2004년 고속적인 발전에 이어 2005년에도 월평균 20%의 증가율을 유지하였고, 전자정보산업 공업증가치(工業增加值)[6]는 전체 공업증가치의 13.6%를 점하고, 증가속도는 중국 공업평균 수준의 11.8%를 초과하였음.

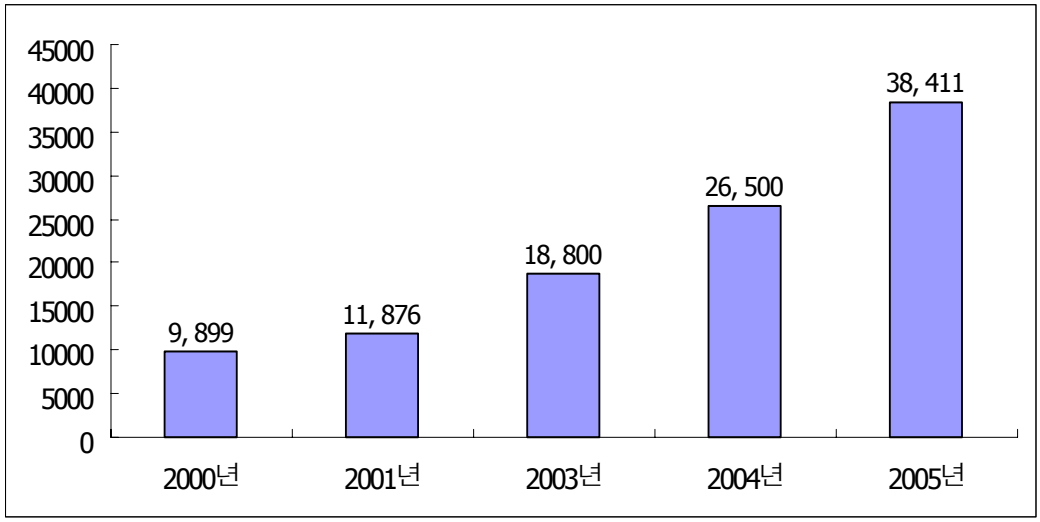
○ 2005년 중국의 전자정보산업은 전년대비 24.8% 증가한 38,411억 위앤의 매출소득을 실현하였음.

- 그 중 소프트웨어 및 SI(系統集成)매출이 3,900억 위앤으로 전년대비 40.3% 증가했고, 공업증가치가 9,004억 위앤으로 전년대비 28.2% 증가하였으며, 수출입총액은 4,887억 달러로 전년대비 25.8% 증가를 기록했음.

6) 일정 기간 내에 공업제조활동을 통하여 창출된 가치로서, GDP의 구성부분이며, 工業淨産值(net value of industrial output) - 비물질생산부문 지불액 - 이자지출 + 고정자산 감가상각분 + 大修理基金으로 계산됨.

<2005년 중국 전자정보산업 매출소득 현황>

(단위: 억 위앤)



자료: 중국전자정보산업센터

○ 2005년 중국의 전자정보기업수가 급속하게 증가했으며, 제조업 중 규모이상[7]의 기업수가 16,007개, 규모이하의 기업수가 39,816개, 소프트기업이 11,660개로 나타남. 기업의 경제 규모가 계속 확대되면서, 2005년 100대 전자기업의 매출실적은 8,800억 위앤 이상에 달해 전년대비 15% 이상 증가하였으며, 그 중 20개사 이상이 100억 위앤 이상의 매출실적을 거양함.

○ 2005년 전자정보산업 대외무역은 계속적인 증가세를 유지하여 중국 대외무역수출 분야 중 계속 선두를 유지하고 있음. 2005년 전자정보제품의 수출입 총액은 4,887.3억 달러로 중국 대외무역총액의 34.4%를 차지함. 그 중 수출이 2,681.7억 달러로 중국 수출 총액의 35.2%를 차지했고, 수입이 2,205.6억 달러로 전년대비 21.9% 증가하여, 중국 수입총액의 33.4%를 나타냄.

7) 연 판매소득이 500만 위앤 이상 되는 기업을 "규모이상 기업"이라 칭함.

○ 2005년까지 전자제품과 전자부품산업은 전체 산업의 평균수준 보다 높은 속도로 증가하여, 전체 산업을 이끄는 주요한 견인차 역할을 하고 있음. 2005년 전자제품과 전자부품산업에서 규모이상 기업이 거양한 매출실적은 15,123억 위앤으로 전년대비 29% 증가를 기록했으며, 기업들의 신제품 개발과 시장 확장으로 제품 구조도 지속적으로 변화하고 고가제품의 비중이 커지고 있음. LCD와 PDP제품이 점차 컬러 TV 산업의 핵심으로 자리 잡고 있으며, 2005년 증가속도가 200%를 초과하였음.

□ 중국 전자부품산업(電子元器件產業)[8] 현황

○ 전자부품산업의 범위는 매우 광범위한데, 주로 반도체 부품(IC회로, 반도체 분리부품(半導體分立器件)), 전자 진공부품(電眞空器件), 광전자부품 등과, Resistor-Capacitor Unit(阻容元件), Electronic Ceramics(電子陶瓷)와 부품, Magnetic Material(磁性材料)과 부품, Power Inductor(電感器), Piezocrystal(壓電晶體), Electronic Transformer(電子變壓器), HIC(混合積體電路), Sensor부품(敏感器件)과 Transducer(感測器), Electrical Adapter (電接插元件), Pilot Relay(控制繼電器), Micro-motor(微特電機)와 부속품, 전원, 전자음향부품(電聲器件), PCB 등 제품의 종류가 복잡하고 품종이 다양함.

○ 중국의 전자부품 공장은 약 3,770여개사가 있으며 이들 기업의 2005년 매출액은 전년대비 22.8% 증가한 4,684억엔을 달성하였음. 이중 연간매출액이 1억위엔을 상회하는 기업은 954개사이며, 이들 기업의 매출액은 전체 매출액의 82.9%를 차지하고 있음. 매출액 신장율이 비교적 빠른 분야는 PCB, 광케이블부품, 커넥터, 컨트롤계전기 등으로 이들의 성장률은 각각 39%, 29%, 23.3%, 18.3%이었음.

8) 電子元器件은 電子元件(component)과 電子器件(device)으로 나뉨.

○ 2005년 중국 전자부품시장 수요는 3,000억 위앤으로 중국 전자제품 시장의 18%~20%를 차지하고, 신형(新型)전자부품시장의 수요는 1,600억 위앤으로 중국 전자부품시장 총액의 60~70%를 점함.

○ 2005년 중국의 반도체와 IC회로 제품의 생산량은 계속 증가세를 유지하였으나, 증가속도는 2004년에 비해 다소 하락하였음.

<2005년 1~10월 중국 전자부품산업 현황>

	공업생산총액 (억 위앤)	증가율 (%)	매출액 (억 위앤)	증가율 (%)
전자부품 제조업	2,367.54	10.8	2,329.23	9.9
전자부속품 제조업	3,203.09	24.5	3,104.86	24.9

자료: 중국정보센터 경제예측부문

<2005년 1~10월 중국 전자부품 생산량 및 증가율>

	단위	생산량	증가율(%)
흑백 브라운관	만 개	601.15	2.18
칼라 브라운관	만 개	6391.55	-10.37
반도체분리 부품	억 개	1427.25	11.12
반도체 IC회로	억 개	217.33	14.7
대규모 반도체 IC회로	억 개	77.58	21.15

자료: 중국정보센터 경제예측부문

<2005년(1~10월) 중국 전자부품기업 규모별 경제 효익>

	매출액 (억 위앤)	점유율 (%)	증가율 (%)	이윤액 (억 위앤)	점유율 (%)	증가율 (%)
전자부품 제조업	2,329.23	9.90	-32.32	42.91	-60.79	-175.33
대형기업	908.36	-9.12	-33.28	27.93	-55.82	-157.84
중형기업	982.02	15.63	-32.37	2.72	-92.49	-209.68
소형기업	438.85	62.19	-34.24	12.26	22.46	-33.19
전자부속품 제조업	3,104.86	24.94	-12.54	160.20	17.77	-35.36
대형기업	816.88	13.26	-1.23	40.69	0.17	-20.65
중형기업	1,485.27	26.68	-12.84	81.32	23.70	-33.15
소형기업	802.70	35.71	-18.77	38.19	28.71	-40.74

자료: 중국산업연구센터

<2005년 1~10월 중국 전자부품기업 소유성격별 매출소득 현황>

	매출액 (억 위앤)	점유율 (%)	증가율 (%)	이윤액 (억 위앤)	점유율 (%)	증가율 (%)
전자부품 제조업						
국유기업	101.54	-16.88	-19.30	-3.68	-420.14	-308.34
집체기업	5.72	39.49	27.50	-0.01	-108.39	-111.64
주식합작기업	2.47	1.97	-17.30	0.07	-24.83	-33.14
주식제기업	118.05	21.90	14.44	-11.92	-182.28	-185.76
사영기업	63.44	44.58	24.75	3.66	60.60	51.48
외상 및 대만, 마카오, 홍콩 투자기업	1,974.50	9.81	-39.37	50.97	-43.53	-235.07
기타	63.51	22.62	-15.44	3.83	33.39	31.31

전자부속품 제조업						
국유기업	57.72	9.41	-14.28	3.00	9.01	-102.39
집체기업	33.50	19.46	-7.25	1.33	-4.96	-38.72
주식합작기업	25.85	26.12	26.18	3.02	40.71	38.14
주식제기업	67.93	17.98	0.08	8.36	1.03	-20.68
사영기업	206.63	25.49	-6.90	8.71	13.58	-17.90
외상 및 대만, 마카고, 홍콩 투자기업	2,590.10	26.28	-14.27	130.04	20.36	-41.64
기타	123.14	11.42	-26.18	5.74	-0.14	34.74

자료: 중국산업연구센터

□ 중국 전자부속품산업(電子元件産業) 현황

○ 2005년 중국전자부속품산업은 국가의 거시적인 정책 하에서 꾸준한 발전추세를 보이고, 제품의 매출소득은 안정적으로 증가하고 있음.

<2005년 1~9월 중국 전자부속품 제품별 매출소득 현황>

제품 명칭	기업 수	매출소득 (만 위앤)	전년대비 (%)	이윤총액 (만 위앤)	전년대비 (%)
종합성기업[9]	176	1928100.7	22.56	79554.6	20.69
콘덴서	255	1734590	8.93	49253.1	-16.78
Potentiometer Resistance	91	551825.3	12.11	35811.7	9.04
Magnetic Material와 부품	159	1654825.1	20.30	63661.5	28.70
Power Inductor 부품	63	313879.3	19.62	11651.0	-6.19
Electronic Transformer	154	1328919.7	8.81	39727.4	-35.14
HIC	6	13874.8	-21.48	752.3	-51.06
Ceramics와 부품	39	176224.6	0.10	13964.9	-17.17

Piezocrystal 부품	85	476941.3	-0.24	23197.7	1.11
Pilot Relay	57	509463.8	17.80	43265.4	5.04
Electrical Adapter	322	2911720.0	19.61	223961.4	1.31
Micro-motor	266	2751148.8	14.92	120392.8	-2.51
전자음향부품	214	1631025.1	25.82	87697.6	27.08
PCB	287	4657021.0	32.29	236294.8	15.37
Wire Cable	589	6110092.1	24.27	227197.5	20.26
Sensor부품과 Transducer	39	311670.1	9.11	36769.2	-5.92
전지	241	3336259.8	14.70	147167.8	14.48
합계	3043	30397581.5	19.78	1440320.7	7.60

자료: 중국전자정보산업센터

<2005년 1~9월 중국 전자부속품기업 성격별 매출소득 현황>

기업 유형	기업 수 (개)	매출소득 (억 위앤)	전년대비 (%)	이윤 총액 (억 위앤)	전년대비 (%)
국유기업	89	79.65	18.08	2.16	-1.82
집체기업[10]	150	108.23	36.27	5.26	68.33
주식제 혹은 유한책임회사	1312	876.32	21.32	39.36	20.15
대만, 홍콩, 마카오 투자기업	773	701.08	16.50	32.08	18.15
외상 투자기업	719	1274.47	19.46	65.17	-5.03
합계	3043	3039.8	19.78	144.03	7.6

자료: 중국전자정보산업센터

9) 종합성 기업은 Comprehensive company로, 취급품목이 한 가지에 국한되어있지 않은 회사를 의미함.

10) 집체기업은 collective-owned company로 기업의 소유권을 바탕으로 국유기업, 집체기업, 민영기업 3가지로 분류할 때 나누는 분류 중 하나임. 집체기업은 여러 주체에 의한 소유 관계가 형성되어 있는 기업을 뜻함.

□ 중국 반도체부품 생산 및 수요동향

○ 반도체부품(Semiconductor)은 대체적으로 IC회로, 분리부품(Discrete)과 광전부품(Optoelectronic) 등 3개로 나눌 수 있음. 그 중 분리부품은 일반적으로 2극관(Diodes), 다이너트론(Dynatron), 트랜지스터(Transistors)와 사이리스(Thyristors) 등 4개 부분으로 나눌 수 있음.

○ 중국은 이미 전 세계에서 가장 큰 반도체분리부품시장으로 성장했고, 2005년 시장 규모가 643.8억 위앤에 달하여, 전 세계시장에서 점하는 비율이 40%를 초과하였음.

○ 중국의 반도체분리부품시장의 지역 구조를 놓고 볼 때, 주강삼각주 지역이 가장 큰 시장으로, 2005년 동 지역의 분리부품시장 매출액이 296억 위앤에 달해 중국시장 총액의 45.9%를 차지하였음. 장강삼각주는 각 지역시장 중에서 증가속도가 가장 빠른 지역으로 2005년 매출액이 전년대비 18.6% 증가하여, 중국시장에서 차지하는 비율이 2004년의 37.1%에서 39.7%로 상승하였음. 이 두 지역 외에 경진환발해(京津環渤海)지역도 분리부품의 주요시장이고 동 지역의 시장매출액은 67.93억 위앤으로 중국시장의 10.6%를 차지함.

<2005년 반도체분리부품 주요 애플리케이션영역 현황>

	시장매출액(억 위앤)	시장 점유율(%)
소비전자	320.2	14.5%
전산	684.06	30.9%
외설 및 네트워크 통신	410.6	18.6%

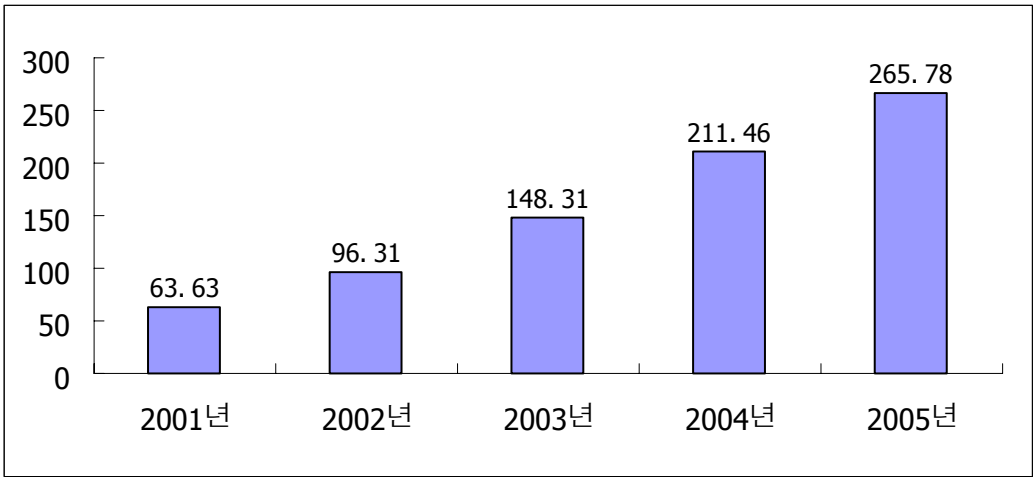
자료: 中國半導體市場年會

○ 현재 중국의 반도체분리부품산업은 이미 일정한 규모를 형성하였고, 각 종류의 반도체분리부품기업(반도체분리부품 칩 제조, Package Test를 포함)은 거의 200개 정도에 달함. 중국반도체산업협회의 통계에 의하면, 2005년 중국반도체분리부품의 총 생산량은 662.8억 개로 전년 동기대비 13.2% 증가하였고, 매출실적은 90.8억 위앤으로 전년 대비 31.4% 증가를 기록했음.

○ 중국반도체산업협회의 통계에 의하면, 2005년 중국 IC회로산업의 총 생산량은 261억 개로 전년 대비 19% 증가하였으며, 전체 산업이 실현한 매출실적은 702억 위앤으로 전년 대비 28.8% 증가하였음.

<2005년 중국 IC회로 생산량 현황>

(단위: 억 위앤)

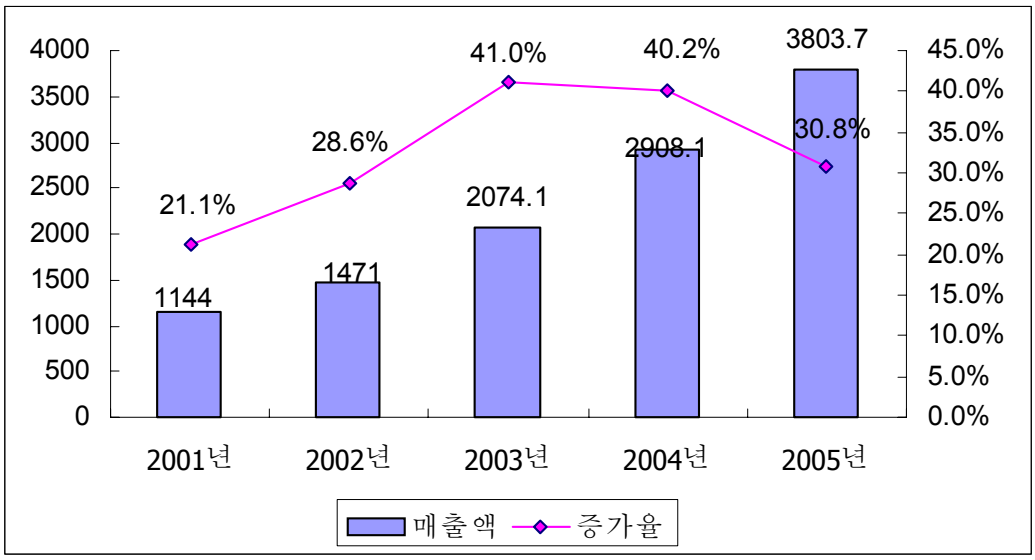


자료: 중국통계연감

○ 2005년 중국 IC회로시장 매출액은 3,803.7억 위앤으로 전년대비 30.8% 증가하였음.

<2005년 중국 IC회로 시장 매출액 및 증가율 현황>

(단위: 억 위앤)

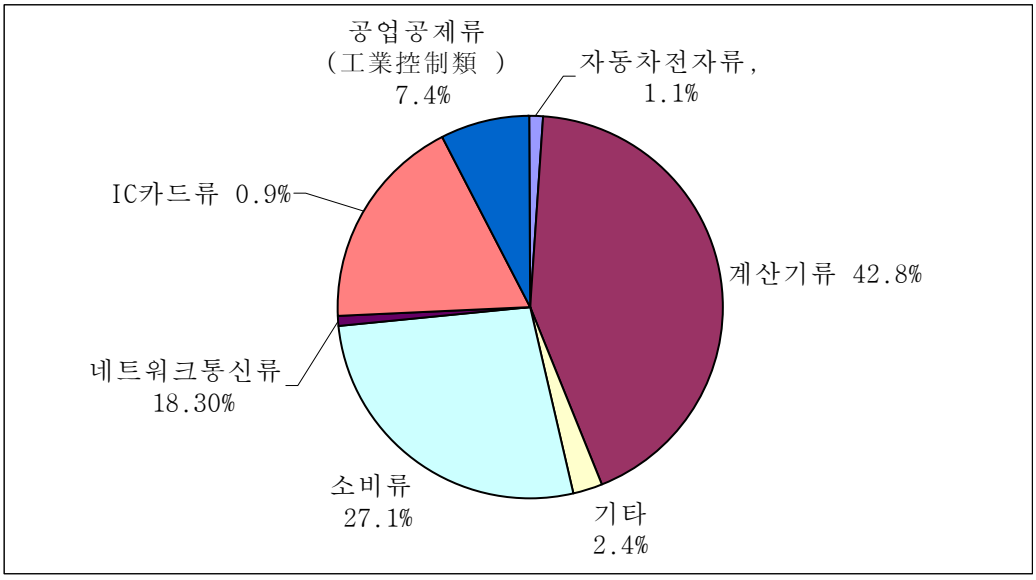


자료: CCID

○ 2005년 전산제품류(電腦類), 소비류(消費類), 네트워크통신류(網路通信類) 등 3대 영역이 중국 IC회로시장의 88.2%를 차지하고 이는 전년대비 2.1% 증가한 것임. 전산제품 관련 IC회로에 대한 수요는 주로 PC, 노트북, 프린터기, 디스플레이, 자판기 및 마우스 등 중국 내 전자통신 제품의 OEM제조에 의한 것이 대부분임.

○ 2005년 PC, 노트북 및 LCD 디스플레이 분야의 고속 증가에 힘입어 전자제품영역에서 IC회로시장 점유율이 4.8% 증가를 기록했으며, 증가율도 47.5%에 달했음.

<2005년 중국 IC시장 응용구조>



자료: CCID

○ 2005년 이래, 중국 IC회로 산업구조는 점차 합리화되기 시작하였음. 전체 IC회로산업 중에서의 SMT[11]산업의 비율이 50% 이하로 하락하고, IC 디자인업, IC 제조업이 신속히 발전하여 점유비율이 점차 증가하고 있음.

○ 2005년 중국의 IC Package Test(封裝測試)업 소득은 전년 대비 20.3% 증가하였고, IC 디자인업과 IC 제조업의 소득은 각기 전년 대비 60.8%와 54.5% 증가하였음.

11) SMT(Surface Mounting Technology)는 표면실장기술을 뜻하는 것으로 전자기기 조립을 자동으로 실행하는 장치를 총칭함. 인쇄회로기판(PCB) 위에 반도체나 다이오드, 칩 등을 다수의 장비로 실장하고 이를 경화시키는 기능을 수행하는 기술임.

□ 중국 PCB 생산 및 수요동향

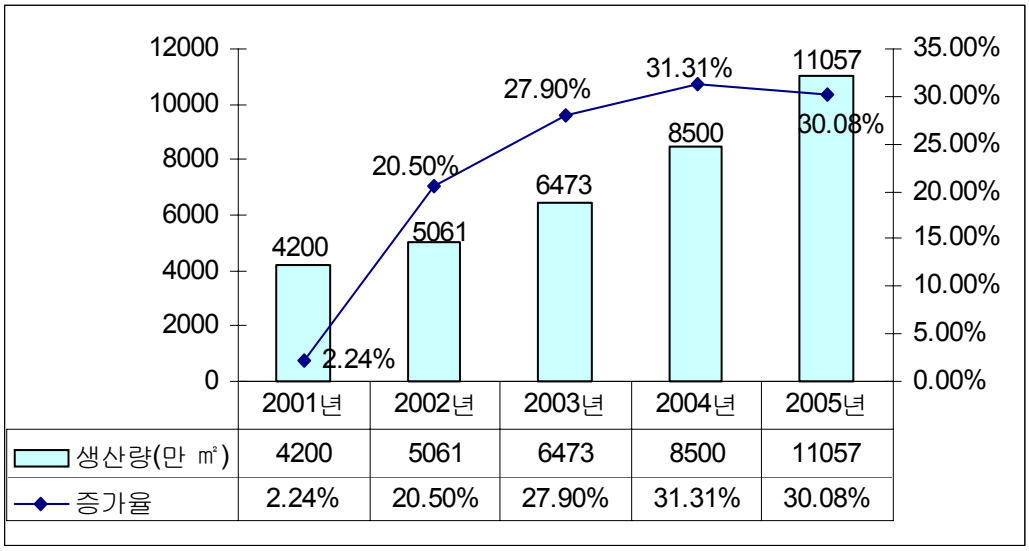
○ 인쇄기판(printed circuit)은 전자제품의 핵심부품으로 시장영역, 응용범위 및 기술수준 등 각 방면에서 주요한 위치를 차지하고 있으며, 빠른 발전 속도를 보이고 있음.

○ 중국은 2003년부터 2005년까지 PCB 연간 매출액이 501억 위앤에서 약 868억 위앤으로 크게 증가해 32%의 연평균 성장률을 기록하였음. 세계 각국이 중국에 투자한 IT 산업, 전자제품제조의 신속한 발전과 외국 PCB기업의 중국에 대한 대규모 투자로 중국 PCB제조업은 이미 세계적인 규모를 형성하였고, 생산량과 생산가치에 있어 세계 제2위를 차지하게 되었음. 2008년 중국의 PCB산업 생산가치는 일본을 초과한 세계 제1위를 차지할 것으로 전망됨.

○ 2005년 340개 PCB 생산기업의 매출소득은 762.1억 위앤으로 전년대비 391% 증가했고, 이윤은 54.7억 위앤으로 전년대비 67.9% 증가하였으며, 수출액은 53.4억 달러로 전년대비 39.7% 증가를 기록했음.

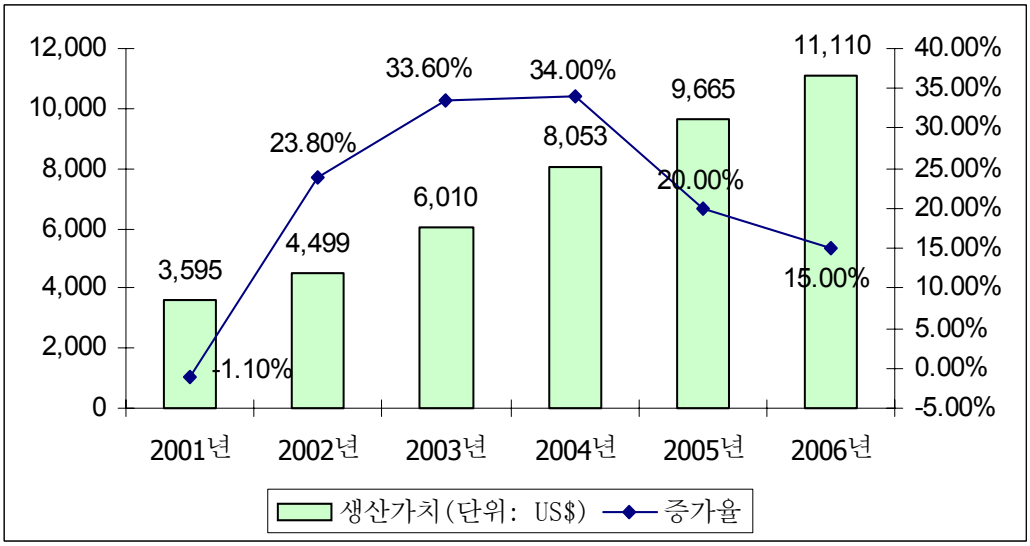
○ PCB에 대한 수요 증가는 주로 통신시장의 수요증가에 기인한 것으로 볼 수 있는데, 대만의 30대(大) PCB 생산업체 중 70% 이상의 기업이 이미 중국에 공장을 건립하였고 생산능력을 확대하고 있는 중임.

<2005년 중국 PCB 생산량 현황>



자료: 중국 PCB산업협회

<2005년 중국 PCB 생산액 현황>



자료: 중국 PCB산업협회

○ 2005년에 PCB, 특히 FPC 제품의 생산액 증가가 비교적 빠른 것으로 나타났는데, 창조우위조우싱전자제조유한회사(常州宇宙星電子製造有限公司), 수조우웨이신전자유한회사(蘇州維信電子有限公司), 중싱신위롄전자회로유한회사(中興新宇軟電路有限公司), 샤먼훙신전자하이테크유한회사(廈門弘信電子科技有限公司) 등 기업의 2005년 생산액 증가율이 평균 200%를 초과하였음.

□ 중국 디스플레이 생산 및 수요동향

○ LCD, PDP, OELD, FED, VFD와 LED가 대표적인 디스플레이 제품이며, 디스플레이 제품의 구체적인 분류는 아래와 같음.

<디스플레이 부품 분류>

전자 디스플레이 부품	主動發光型 (發光型)	陰極射線管顯示器(CRT)
		等離子體顯示技術(PDP)
		有機電致發光顯示技術(OELD)
		場致發射顯示技術(FED)
		眞空螢光顯示技術(VFD)
		發光二極體顯示技術(LED)
	非主動發光型 (受光型)	液晶顯示技術(LCD) 電化學顯示器(ECD)
		電泳成像顯示器(EPID) 懸浮顆粒顯示器(SPD)
		旋轉球顯示器(TBD)

자료: 中電網

○ 2005년 중국의 디스플레이 판매량이 1,900만대를 돌파하여, 자체 브랜드(自有品牌)디스플레이 시장과 OEM 디스플레이 시장 양쪽 모두가 고속 증가하는 추세임.

○ 2005년 중국의 디스플레이 시장 중, 자체 브랜드제품의 총 판매량은 930만 대를 돌파하여 매출액이 144억 위앤에 달하였고, 전년대비 판매량은 19.2%, 매출액은 18.7% 증가를 기록했음.

<2005년 중국 디스플레이시장 판매 현황>

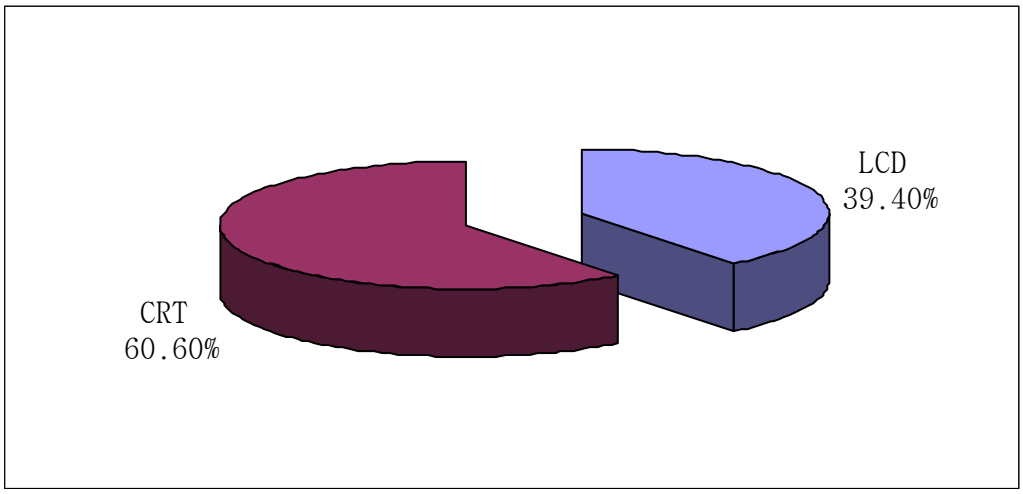
(단위: 만 대)

유형	2004년	2005년	증가율(%)
자체 브랜드	781.2	931.0	19.2
OEM	858.1	1,018.6	18.7
전체	639.3	1,949.6	18.9

자료: CBI Research

○ 2005년 중국 자체 브랜드 디스플레이 시장에서 LCD 디스플레이제품의 시장 점유율이 40% 수준에 달했으며, 2004년에 비해 현저히 증가하였음.

<2005년 중국 자체 브랜드 디스플레이시장 제품 규격별 판매량 분포>



자료: CBI Research

○ 2005년 중국 자체 브랜드 LCD 디스플레이 판매량은 366.5만 대를 초과하여, 전년대비 97% 증가하였고, 매출액은 85.5억 위앤에 달했음.

○ LCD 디스플레이 제품의 대폭적인 가격하락 및 LCD 디스플레이제품 기술의 제고와 친환경, 에너지절약 및 공간절약에 대한 소비자의 수요 증가 등이 LCD 디스플레이 제품의 고속적인 발전에 중요한 원동력이 되었음.

○ 중국 정보산업부의 적극적인 지지와 협조 하에, SMPD 42인치 PDP 디스플레이와 모듈 프로젝트(上海松下42英寸PDP屏和模組專案), Rainbow-China 그룹 42인치 PDP 디스플레이와 모듈 프로젝트(彩虹集團42英寸PDP屏和模組專案), Shanghai Novel(上海永新彩色顯像管公司)과 IDD(彩虹顯示器件股份公司)의 29인치 720라인 컬러브라운관 프로젝트(彩色顯像管專案), SVA(上廣電)NEC회사의 제5대 TFT-LCD생산라인 프로젝트, 경동방광전과학기술유한회사 제5대 TFT-LCD 프로젝트(京東方光電科技有限公司第五代), 저쟝경동방회사(浙江京東方公司)와 SSVD(上海三星VFD公司)회사의 컬러VFD디스플레이 프로젝트 등이 다대한 성과를 거두었고, 관련 제품의 시장상황도 매우 좋아 중국 디스플레이산업의 발전을 견인하였음.

○ CCID 통계자료에 의하면, 2004년 중국 OLED 디스플레이모듈의 출하량은 23.7만 개인 반면에 동기 수요량은 4,157만 개로 중국 OLED산업의 공급은 여전히 수요를 만족시키지 못하고 있음. 전 세계 30% 이상의 휴대폰, MP3 등 소비전자제품이 중국에서 생산되는 만큼 OLED에 대한 수요는 계속 증가할 것으로 보여, 중국의 OLED 시장 전망은 매우 밝다고 할 수 있음.

나. 수출입 동향

□ 수출입 동향

○ 2005년 중국의 전자부품 수출입 총액은 1,460억 달러로 전년대비 26.7% 증가했으며, 중국 대외무역 수출입총액의 10.3%를 차지했음.

<중국의 주요 전자부품 수출 현황>

제품명칭	계량단위	수출량		수출액	
		2004년	2005년 (상반기)	2004년	2005년 (상반기)
단위		만	만	억 달러	억 달러
콘덴서	Kg/천 개	5,076.08	2,299.48	11.4	5.92
저항기	Kg/천 개	2,066.28	998.27	4.3	2.26
인쇄회로	Kg/천 개	1,015,069.2	523,080	38.3	22.38
스마트카드	개	28,413.29	24,292.06	1.8	1.19
직접회로	개	1,622,595.65	942,198.3	105.3	62.75
그중: 미가공 직접회로	개	49,065.51	34,999.97	15.3	8.05
컬러브라운관	개	1,813.61	825.25	8.6	3.62
흑백브라운관	개	429.53	182.26	0.2	0.12
컬러디지털 이미지 디스플레이	개	696.51	325.44	3.3	1.45
트랜지스터	개	11,697,339.58	6,217,714	13.3	7.48
컬러 TV부품	Kg	8,198.27	5,315.17	8	4.61
흑백 TV부품	Kg	1,389.38	883.15	0.8	0.41
광 케이블	Kg	815.41	655.43	0.7	0.62
전자음향부품	개	394,275.06	206,821.4	29.9	15.94

자료: 중국산업연구센터

○ 2005년 중국의 전자부품 수입총액은 1,115.6억 달러로 전년대비 27% 증가해, 중국 대외무역 수입총액의 16.9%를 점함. 또한, 2005년 중국의 전자부품 수출총액은 344.4억 달러로 전년대비 25.4% 증가했으며, 중국 대외무역 수출총액의 4.5%를 기록했음.

○ 중국 전자부품의 12시리즈 76개 종류의 품목 수출을 놓고 볼 때, 수출액과 그 증가폭이 비교적 큰 상품으로는 IC회로, 인쇄회로, 전자음향부품과 반도체 분리부품인데, 그중 Printed circuits of more than 4 layers가 비교적 발전 전망이 밝은 것으로 전망됨.

○ 중국 전자부속품의 수출입 총액이 계속 증가세를 나타내고 있는데, 2005년 중국의 전자부속품 수출입 총액이 566.2억 달러로 사상 최초로 500억 달러를 돌파했음. 이는 전년대비 20.7% 증가한 수치이며, 중국 대외무역 수출입 총액의 3.98%에 해당. 2006년 중국 전자부속품의 수출입 총액도 20% 정도 증가할 것으로 예측되고 있음.

○ 2005년 수출액이 20억 달러를 초과하는 전자부속품으로는 PCB, 전자음향부품, Electrical Connector, Micro-Motor 4개 종류가 있는데, 그중 PCB가 53.4억 달러, 전자음향부품이 38.2억 달러, Electrical Connector(電接插組件)가 29.9억 달러, Micro-Motor(微特電機)가 23.4억 달러의 수출을 기록했음. 4개 부품의 총 수출금액은 144.8억 달러이며, 이는 전자부속품 수출총액의 64.9%를 점하는 규모였음.

<중국의 주요 전자부품 수입 현황>

제품명칭	계량단위	수입량		수입액	
		2004년	2005년 (상반기)	2004년	2005년 (상반기)
단위		만	만	억 달러	억 달러
콘덴서	Kg/천 개	5,312.25	2,530.02	31.6	16.6
저항기	Kg/천 개	1,603.17	727.57	10.2	4.89
인쇄회로	Kg/천 개	1,349,123.77	742,614.8	50.8	28.09
스마트카드	개	21,355.29	8,119.74	2.2	0.77
직접회로	개	6,281,749.3	3,232,252	600.8	346.2
그중: 미가공 직접회로	개	467,028.33	264,575.9	39.5	36.1
컬러브라운관	개	2,266.68	800.21	9.7	2.9
흑백브라운관	개	365.77	142.98	0.3	0.06
컬러디지털 이미지 디스플레이	개	2,322.17	748.37	10.9	3.19
트랜지스터	개	14,726,949.64	7,109,089	46.9	22.88
컬러 TV부품	Kg	1,475.35	585.68	4.1	1.7
흑백 TV부품	Kg	82.09	30.06	0.2	0.1
광 케이블	Kg	453.59	165.94	0.4	0.19
전자음향부품	개	181,540.09	87,149.86	10.3	5.5

자료: 중국산업연구센터

○ 수입제품 중 여전히 Hybrid Integrated Circuit(混合積體電路)의 수입량이 가장 많음. 2004년과 비교해 볼 때, 전자부속품의 수입구조는 기본적으로 큰 변화가 없고, 각종 제품의 수입금액이 차지하는 비중도 기본적으로 안정적임. 수입제품 중 상위권을 차지하고 있는 HIC, PCB, Micro-Motor, Condenser제품의 수입금액은 각각 20.1%, 19.7%, 15%, 13.2%로 나타났으며, 이 4종류 제품의 수입 금액은 전자부속품 수입총

액의 68%를 차지했음. 이외 콘덴서를 포함한 휴대폰, 디지털카메라, 노트북 등 전자제품의 다수 부품이 여전히 대량 수입되고 있음.

○ 반면, 전자음향부품, Micro-Motor, Electronic Transformer, Magnetic Material&Magnetic Device 등 노동집약형제품은 여전히 수출에 중점을 두고 있으며, 2005년 동 4종류 제품의 수출금액은 각각 23.7억 달러, 4.6억 달러, 4.2억 달러, 2.1억 달러를 기록했음.

<주요 전자부품 수입 통계>

(단위:백만달러)

	2003년	2004년	2005년	2006년 (1~2월)
반도체	7,532	9,767	11,250	1,724
PCB	3,638	5,082	6,569	1,178
콘덴서	3,146	3,845	4,408	727
LCD	966	1,244	1,386	221
RF embedded 기판	727	652	647	102
근거리 무선통신 복합모듈	103	151	162	24
CRT 브라운관	132	99	102	4
투명 CNT 복합소재	7	11	8	2
OLED	28	24	7	1

자료: 한국무척협회 중국통계

□ 주요 전자부품의 국가별 수입통계

○ HS CODE: 8541(반도체)
(DIODES,TRANSISTORS ANDSIMILAR SEMICONDUCTORDEVICES)

(단위:백만달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	9,767	29.7	11,250	15.2
1	일본	3,140	29.3	3,375	7.5
2	대만	1,687	34.8	2,004	18.8
3	중국	1,271	40.6	1,657	30.4
4	말레이지아	850	34.6	974	14.5
5	한국	660	38.5	816	23.5
6	필리핀	352	38.1	419	19
7	태국	295	50.1	347	17.4
8	홍콩	340	-12.8	322	-5.2
9	미국	283	-27.2	298	5.1
10	독일	178	40.8	259	45

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8534(PCB)
(PRINTED CIRCUITS)

(단위:백만달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	5,082	39.7	6,569	29.3
1	대만	1,710	48.9	2,027	18.5
2	중국	1,281	62.6	1,870	46
3	일본	738	17.6	937	27
4	한국	607	21.4	777	28.1
5	홍콩	231	36.4	330	43.2
6	태국	61	80.7	162	165.4
7	싱가포르	209	18.8	133	-36.4
8	말레이지아	45	-15.2	79	75.7
9	미국	81	54.1	75	-6.9
10	필리핀	19	16.8	42	114.2

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8532(콘덴서)
(ELECTRICAL CAPACITORS, FIXED VARIABLE OR ADJUSTABL)

(단위:백만달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	3,845	22.2	4,408	14.6
1	일본	1,409	26.5	1,699	20.6
2	대만	724	13.1	718	-0.9
3	중국	530	40.5	622	17.3
4	한국	286	3.8	317	10.6
5	말레이지아	177	18.9	202	14.2
6	멕시코	103	129.9	124	20.8
7	미국	83	15.7	122	46.9
8	태국	95	68.1	116	22.1
9	싱가포르	79	58.5	105	32.5
10	체코	51	24.9	62	20.6

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8471.6011(LCD)
(Displays with liquid crystal display panel)

(단위:백만달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	766	73	866	13.1
1	중국	230	73.7	399	73.9
2	한국	262	234.8	209	-20.2
3	대만	134	20	151	12.3
4	일본	55	-14	63	15
5	미국	9	12	13	57.7
6	홍콩	45	87.4	12	-73
7	이탈리아	3	144.9	5	64.8
8	태국	3	-54	4	24.7
9	벨기에	5	295.9	3	-37.6
10	독일	1	77	2	138.7

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8542.9000(RF embedded 기판)
(Parts of electronic integrated circuits & microass)

(단위:백만달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	652	-10.3	647	-0.7
1	일본	290	-20.5	257	-11.4
2	한국	96	61.5	109	13.3
3	대만	88	18.6	106	20.9
4	싱가포르	46	-14.3	53	15.6
5	홍콩	42	-36.9	31	-27
6	중국	20	17.8	22	13.3
7	독일	9	-10.1	16	67.3
8	말레이지아	12	15.1	15	31.7
9	프랑스	15	86.7	10	-35.5
10	미국	15	-59.2	9	-37.5

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8542.7010(근거리 무선통신 복합모듈)
(Laser transmitting and recerving unit of laser com)

(단위:백만달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	151	47.2	162	7.4
1	일본	35	15.2	51	47.3
2	미국	31	53.7	23	-24.6
3	중국	18	1,114.8	23	26.1
4	말레이지아	7	179.4	17	137.3
5	영국	14	33.5	11	-24.2
6	태국	4	4.6	10	133.8
7	대만	17	784.6	6	-61.5
8	필리핀	3	-29.5	4	22.9
9	멕시코	3	3,895.7	4	6
10	싱가포르	7	-42.2	3	-62.1

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8471.6012(CRT 브라운관)
(Displays with cathode-ray tubes)

(단위:천달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	98,769	-24.9	102,240	3.5
1	중국	75,045	-8.5	90,384	20.4
2	일본	3,165	-48.1	2,822	-10.8
3	대만	3,765	323.8	2,656	-29.4
4	태국	9,719	-55	2,586	-73.4
5	필리핀	35	179.7	1,015	2,767.7
6	미국	1,742	-65.1	894	-48.7
7	이탈리아	254	133.6	581	128.4
8	말레이지아	545	199	517	-5.1
9	독일	192	56.3	233	21.5
10	홍콩	1,175	47.3	157	-86.7

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 6903.1000(투명 CNT 복합소재)
(Refractory ceramic goods〉 50% graphite/oth for)

(단위:천달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	10,871	59.6	8,343	-23.3
1	미국	5,729	256	3,954	-31
2	일본	2,789	-20.7	2,060	-26.1
3	독일	402	-45.6	1,332	231.5
4	대만	277	154.9	327	18.3
5	프랑스	1,177	268.1	153	-87
6	브라질	40	204.3	120	196.2
7	인도	17	-	108	531.8
8	한국	54	201.1	103	90.6
9	영국	72	169.8	78	8.3
10	스위스	3	-40.8	29	998.1

자료: 한국무역협회 중국통계

○ HS CODE: 8471.6019(OLED)
(Display units)

(단위:천달러,%)

순위	국가명	2004년		2005년	
		금액	증가율	금액	증가율
	총계	23,638	-16	6,648	-71.9
1	대만	8,205	136.7	3,343	-59.3
2	한국	917	-60.2	938	2.2
3	독일	1,100	-19.7	785	-28.7
4	미국	603	-35	556	-7.7
5	중국	4,436	96.3	207	-95.3
6	벨기에	100	-93.6	173	72.4
7	일본	5,808	-33.3	167	-97.1
8	이탈리아	1,406	91	107	-92.4
9	노르웨이	5	-23.4	107	2,044.8
10	말레이지아	182	76.7	77	-57.4

자료: 한국무역협회 중국통계

다. 향후 시장 전망

○ 휴대폰 신기능의 끊임없는 발전으로 휴대폰과 소비전자, 노트북과의 결합이 앞으로 주요한 발전 추세가 될 전망이며, 휴대폰이 컴퓨터보다 더욱 발전 전망이 클 것으로 예상됨.

○ 현재 0402 규격의 Chip Resistor가 시장에서 수요가 매우 높고, Exclusion(排阻)부분은 여전히 공급이 모자라는 상황임. 앞으로 Chip Component의 주류제품은 0603으로부터 점차 0402 심지어 0201로의 과도기를 거칠 것으로 보이며, 이에 따른 수요량도 지속적으로 증가할 것임.

○ 따라서, 소형화(0201규격), IC화, 고주파의 전자부속품이 광범위하게 응용될 것이고, SMT 밀도의 증가는 Chip Component의 사용량을 크게

증가시킬 것임. 3G 휴대폰에 사용되는 MLCC, Chip-r, Chip Inductor의 용량이 크게 증가해 평균 300 여개에서 600여개로 증가하고, Chip Induct의 용량도 배로 증가해 60개 이상으로 될 것으로 예상되고 있어 전자부속품의 공급에 있어서 새로운 비즈니스 기회를 창출할 것으로 전망됨.

○ 2005년 중국의 Electrical connector(電接挿元件)의 생산액은 519.9억 위앤으로 전년대비 23.4% 증가했고, 수출액은 29.9억 달러로 전년대비 39.1% 증가하였으며, 그 중 Connector는 수출액 13.89억 달러로 66.8%에 달하는 큰 폭의 증가율을 기록했음. 대만의 노트북 및 Connector 주요한 생산업체가 중국으로 생산기지를 이동하여 생산함에 따라 Connector 수요도 증가세를 보일 것으로 전망됨.

○ Switching Element(開關元件)방면에 있어서, 스위치의 수출 총액은 6.3억 달러로 전년대비 24.3% 증가하였음. 미니형 스위치와 Touch Switch(觸摸開關)의 수출 증가폭이 가장 큰 데, Switching Element의 대량 수요는 휴대폰, MP3, 디지털카메라 생산 증가에 기인한 것으로 나타남. 통신제품, GPS, 오락시스템 등 애플리케이션의 증가는 2006년 Electrical connector 제조업의 지속적 성장을 초래해 22%의 생산액 증가가 전망되고 있음.

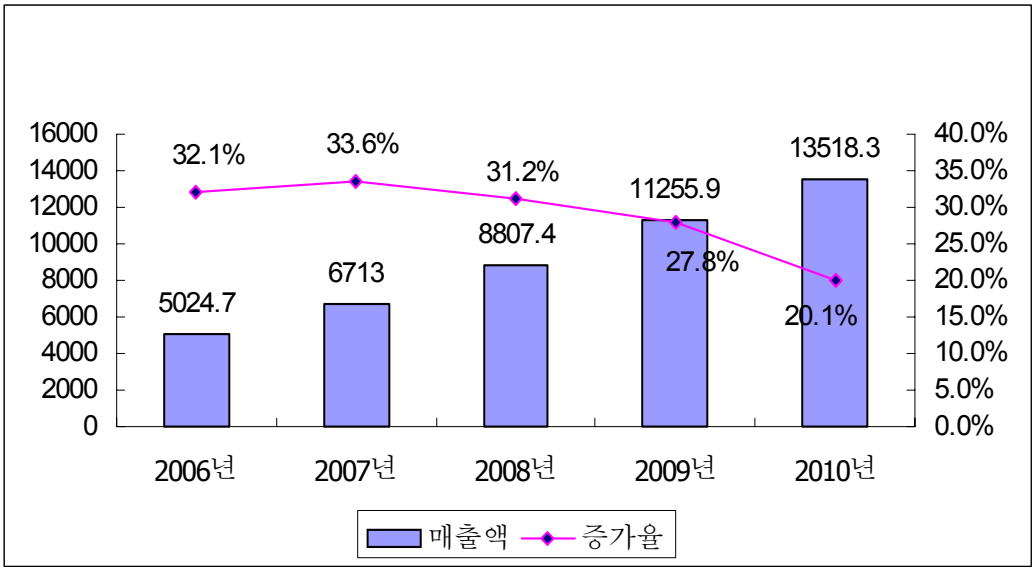
○ WLAN, Bluetooth와 GPS제품의 발전과 더불어, Thermistance(熱敏電阻)의 수요가 더욱 증가할 것으로 예상됨. Image Pick-up기능을 가진 휴대폰의 보급으로 Image Pick-up 렌즈 수요가 증가될 전망이며, 이로 인해 CMOS Transducer의 수요가 증가될 것임.

○ 중국 반도체분리부품시장은 2005년에 이어 2006년에도 발전 추세가 지속될 것으로 보이며, 앞으로 5년간 장기발전 추세를 놓고 볼 때, 중국

의 반도체분리부품시장은 안정적인 성장세를 유지할 것으로 전망됨. 특히, 매출량과 매출액의 연 증가율은 각각 14.5%와 19.3%에 달할 것으로 보이며, 2010년 중국의 반도체부품시장 규모는 4,341억 5,300만 개, 시장 매출액은 1,557억 5,500만 위앤에 달할 것임.

○ 2006년 중국의 반도체 시장은 계속적인 증가세를 유지할 것이고, 2006년 중국 IC회로 시장규모는 5,024.7억 위앤, 증가율이 32.1%에 달할 것으로 예상됨. 3G 네트워크, 디지털 TV, PDP TV 영역의 발전에 따라 중국 IC회로시장이 지속적인 성장세를 보일 전망임.

<2006~2010년 중국 IC회로 시장 규모 및 증가율 예측>



자료: CCID

<2006~2010년 PCB 제품별 생산량 예측>

(단위: 억 위앤)

연도/주요제품	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
SSB	26.64	26.91	27.18	27.45	27.73
DSB	70.88	72.3	73.74	75.22	76.72
MLB	713.28	798.88	894.74	1,002.11	1,122.36
HDI					
패키지 기판					
특수판					
단층 FPC	156.33	179.78	206.75	237.76	273.42
두층 FPC					
다층 FPC					
Flexilayer (剛撓板)					
합계	967.14	1,077.87	1,202.41	1,342.54	1,500.24

자료: 중국산업연구센터

<2010년 중국 전자부품 생산량 및 증가율 예측>

제품 종류	생산량 (억 개)	연 증가율 (%)
電子元件總計(전자부속품)총계	12055	10
電阻電位器(potentiometer resistance)	4400	8
電容器(콘덴서)	6120	10
壓電陶瓷及聲表器件	80	18
磁性材料與器件(만 톤)(magnetic material 및 부품)	58	10
電子變壓器(electronic transformer)	50	20
電感器(induction coil)	200	15
壓電晶體器件(piezocrystal부품)	60	5
混合積體電路(HIC)	4.4	15
敏感元器件與感測器(Sensing부품과 Transducer)	50	33

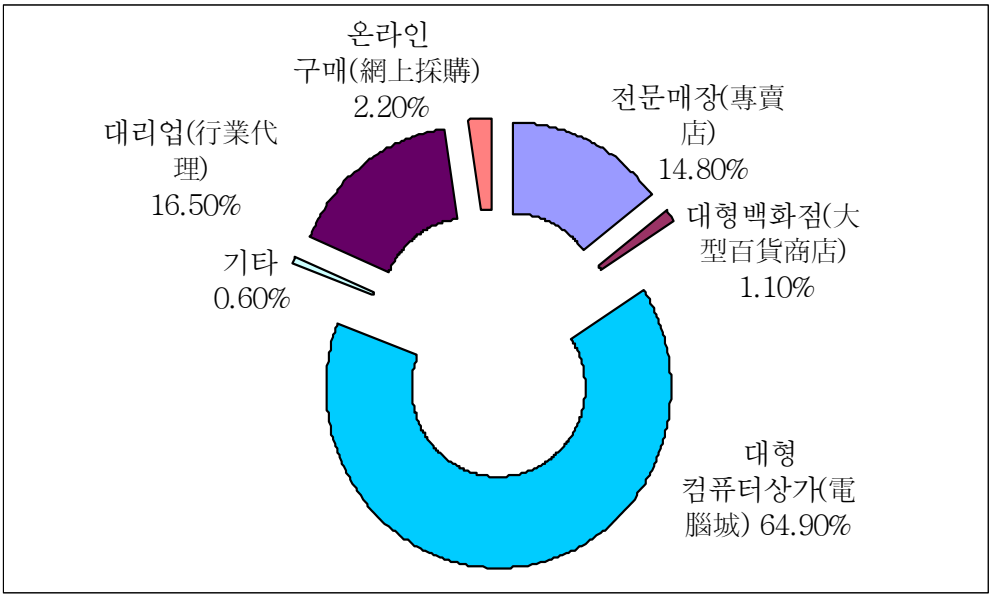
電接插元件(electrical connector)	900	18
控制繼電器(pilot relay)	50	15
微特電機與元件(Micro-motor 및 부속품)	70	15
電聲器件(전자음향부품)	71	10
印製電路(만 평방미터)(PCB)	19800	12

자료: 중국전자정보산업센터

2. 유통구조

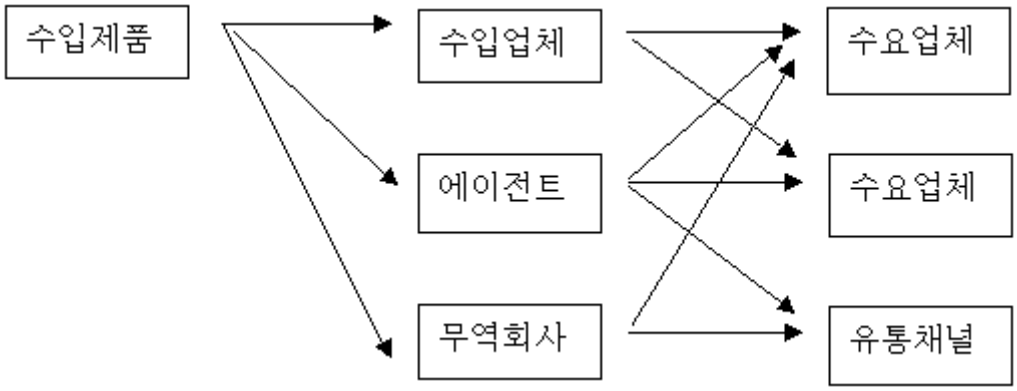
○ Main frame과 디스플레이를 나누어 구매하는 방식은 디스플레이 대리업의 발전을 촉진하여 대리업이 전문 매장(專賣店)을 제치고 16.5%의 시장점유율로 2위를 점하고 있음.

<중국 자체 브랜드 디스플레이 유통경로>



자료: CCID

○ 중국 PCB 제품 판매는 주로 생산업체와 구매자간의 직접거래, 생산업체가 자체로 구축한 판매망 또는 전문매장에서의 판매, 혹은 에이전트의 대리판매, 해외 수출 등의 경로로 진행됨.



3. 경쟁현황

가. 경쟁동향

□ 중국 반도체부품산업 경쟁동향

○ 중국 반도체분리부품시장에서 외국기업이 절대적인 우세를 점하고 있는데, 2005년 상위 20개 공급업체 중 長電科技와 華微電子 2 개사를 제외한 나머지 모두 외국기업임.

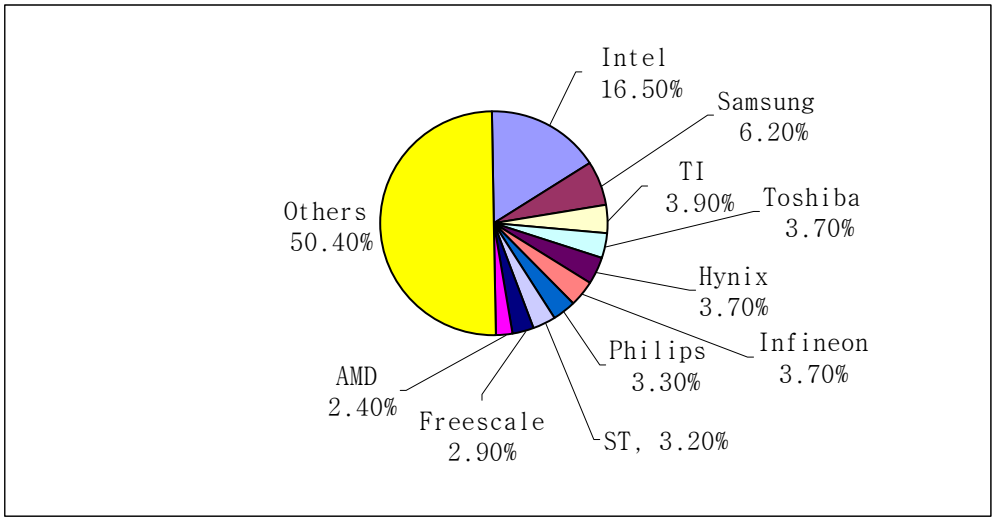
- 그중 일본 공장이 TOSHIBA(東芝), RENASAS(瑞薩科技), Rohm(羅姆), Matsushita(松下), Sanyo(三洋), NEC, FUJITSU(富士通), Fuji Electric(富士電子)와 Sanken(三肯) 등 9개사이며, 미국 기업이 On Semiconductor(安森美), Fairchild Semiconductor(飛兆半導體), International Rectifier

(國際整流器公司)와 Vishay(威旭半導體) 등 4개사, 유럽기업이 Philips Semiconductor(飛利浦半導體), nfineon(英飛淩)와 ST Microeletrorics(意法半導體) 3개사이며, 한국기업 KEC(韓國電子) 1개사, 중국대만기업 光寶集團(LITEON Group) 등임.

- 동 20개 기업의 2005년 시장 판매액은 417.2억 위앤으로 시장의 64.9%를 점유하였음.

○ 2005년 중국 IC회로시장의 상위 10대 제조업체는 2004년에 비해 순위가 다소 변화했으나 큰 변화는 없음. 중국 PC, 노트북 생산량 증가에 따라 칩 수요가 급증했으며, 이로 인해 INTEL사의 중국시장에서의 매출증가율이 30%에 달해 627.9억 위앤의 매출액을 기록했고, 중국 IC회로시장의 점유율이 16.5%를 기록했음.

<2005년 중국 IC회로시장 브랜드 구조>

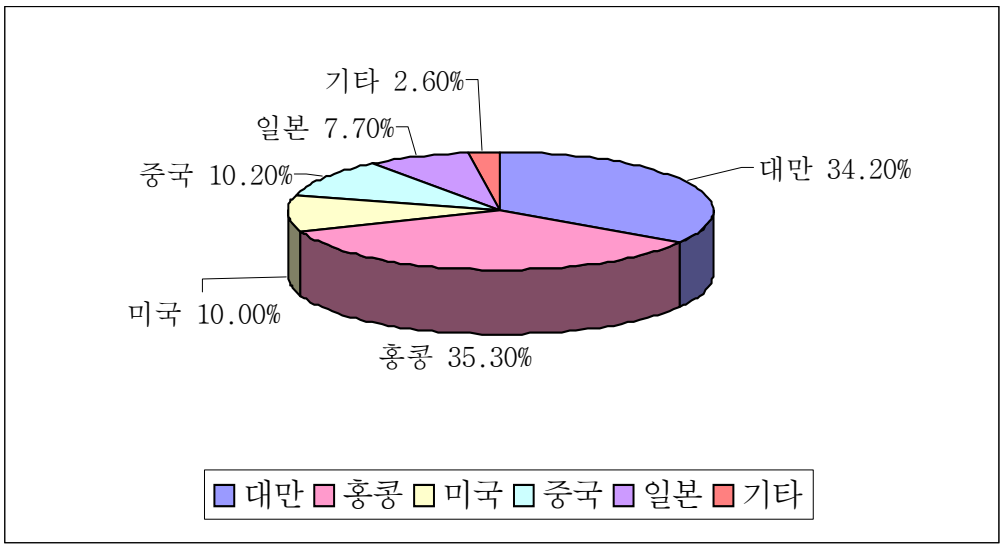


자료: CCID

□ 중국 PCB산업 경쟁동향

○ 2005년 기준, PCB시장에서 홍콩제품이 35.3%로 가장 높은 시장 점유율을 보이고 있으며, 대만이 34.2%, 중국 10.2% 순으로 나타났음.

<2005년 중국 PCB산업 국가별 점유비중>



자료: NT, Information

<중국에 투자한 주요 외국계 생산기업>

기업명칭		소재지	설립시간	경영방식	주요제품
Lbiden 日商	北京揖斐電子	北京	2000	독자	MLB, HDI
	上海揖斐電子	上海	2000	독자	
CMK (臺灣精成與日商合資)	塘廈新升電子	東莞	1999	합자	SSB
	旗利得電子	東莞	2000	독자	DSB, MLB
	西門凱電子	無錫	2001	합자	HDI
	瑞升電子	東莞	2003	합자	DSB
NOK日商	紫翔電子	珠海	1997	합자	FPC

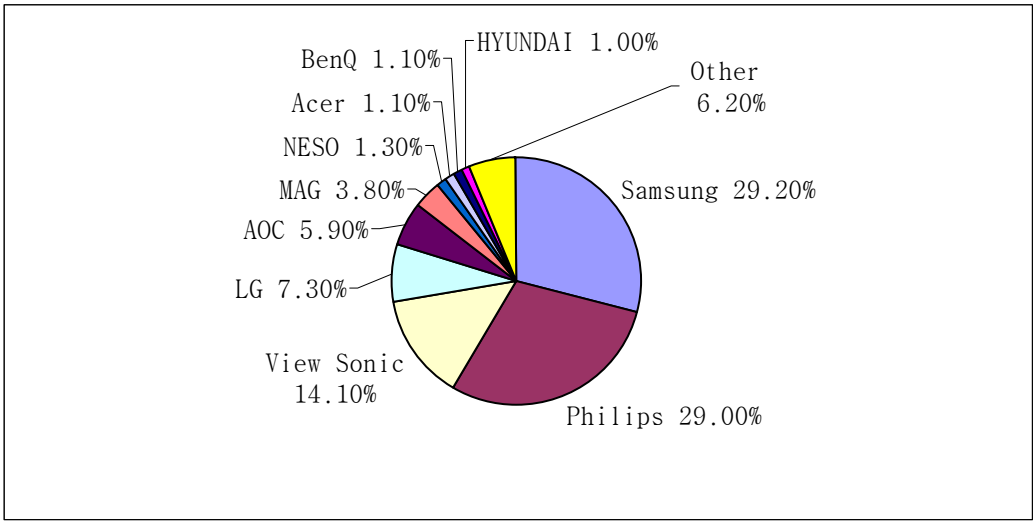
Mektec	Mektec 蘇州	蘇州	2002	독자	FPC
SONY 日商 Chemical	索尼凱美高電子	蘇州	1994	독자	FPC
Nitto Denko 日商	日東電工	蘇州	2001	독자	SSB, DSB, MLB
MEIKO 日商	名興電子	廣州	1998	독자	FPC
SI Flex 韓商	世一電子	威海	2000	독자	FPC, SMT
	惠州世一	惠州	1997	독자	FPC, SMT
惠亞美商	皆力士	廣州	1994	합자	SSB, DSB, HDI, MLB
		中山			
超毅美商	斗門超毅	珠海	1995	독자	SSB, DSB, HDI, MLB
	德麗科技	珠海		합자	
美商	維訊	蘇州	1994	독자	FPC
奧商	奧斯特	上海	2002	독자	DSB, HDI

자료: 中國PCB技術網

□ 중국 디스플레이산업 경쟁동향

○ 2005년 말 기준, 중국 LCD 디스플레이 생산 공장 수가 이미 50개를 초과하여 경쟁이 날로 치열해지고 있음. 동 시장은 Samsung, Philips, View Sonic 등의 공장이 주도하고 있으며, Samsung, Philips, View Sonic, LG, AOC 등 주요 회사가 전체 시장의 3/4 이상의 시장점유율을 차지하고 있음.

<2005년 중국 소비자가 가장 관심 있는 CRT 디스플레이 브랜드>

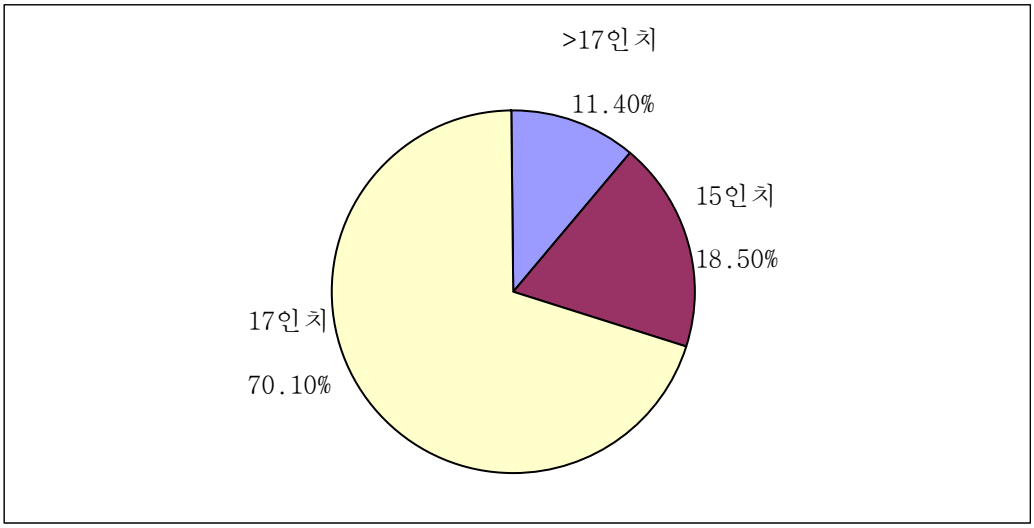


자료: ZDC(ZOL연구센터)

○ CBIResearch 데이터 조사에 의하면, 2005년 중국 자체 브랜드 디스플레이 시장은 여전히 17인치 디스플레이 제품이 절대적 위치를 점하고 있으며, 특히 2005년에 17인치 이상의 LCD 디스플레이 판매량이 현격한 증가를 보였음.

- 디스플레이 판매량에 있어서 17인치가 70.1%, 17인치 이상이 11.4%로 17인치 이상이 전체 판매의 81.5%를 차지했음.

<2005년 중국 자체 브랜드 디스플레이시장 제품 규격별 판매량 분포>



자료: CBIResearch

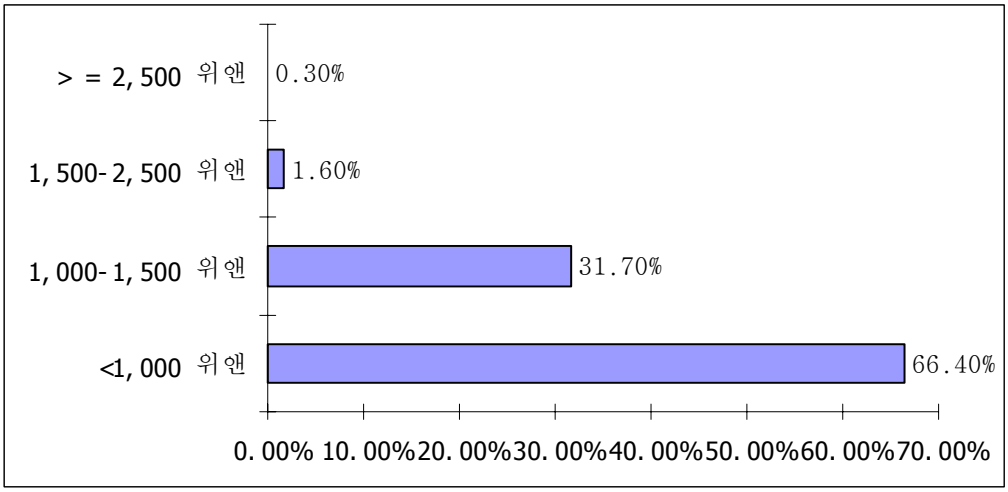
○ 중국의 주요 OLED 생산업체로는 Visionox(維信諾), 선쩐센커그룹(深圳先科集團),산웨이스신리전자유한회사(汕尾市信利電子有限公司)와 Founder (方正集團), BOE(京東方), 蘭寶資訊、杭州東信、東莞光陣 등의 업체가 있음.

나. 가격동향

□ 중국 디스플레이시장 가격동향

○ 2005년 CRT 디스플레이 시장의 주요 제품가격은 1,000위앤 이하인 중저가 제품과 1,000~1,500위앤 사이의 중고가 제품에 집중되어 있으며, 전체 CRT 디스플레이 시장의 98% 이상을 차지하고 있음. 2005년 CRT 디스플레이 제품 가격은 2004년에 비해 하락세가 다소 완화되었는데, 이는 CRT 디스플레이제품의 동질화와 이윤폭의 축소에 기인한 것임.

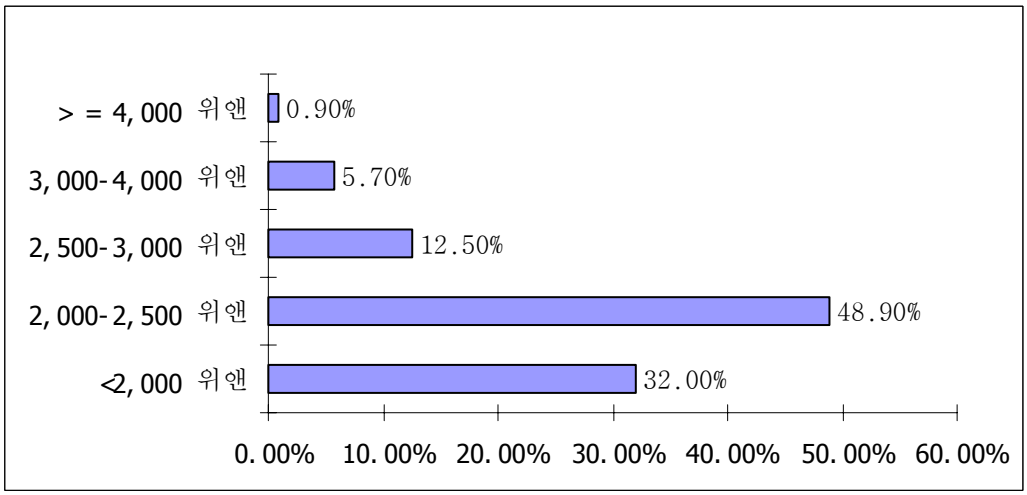
<2005년 CRT 디스플레이시장 가격별 판매량 분포>



자료: CCID

○ 2005년 LCD 디스플레이의 경우, 시장의 주류 제품가격은 2,000-2,500 위앤 인데, 점차 2,000위앤 이하 가격대 판매가 증가하고 있으며, 특히 17인치 이상 LCD 디스플레이 제품 가격 하락의 여지가 매우 큼.

<2005년 LCD 디스플레이시장 가격별 판매량 분포>



자료: CCID

<2005년 중국에서 소비자에 가장 관심 있는 CRT제품 규격별 가격>

CRT제품 규격	가격(위앤)	CRT제품 규격	가격(위앤)
Philips 170S6	870	Samsung 793MB	960
Samsung 795MB+	1090	Samsung 997MB	1270
Samsung 788DF	880	Philips 107F6	920
Samsung 795MB	1040	Samsung 793DF	920
Philips 107H6	890	Samsung 793MB+	1020

자료:中關村線上

<2005년 중국에서 소비자에 가장 관심 있는 CRT제품 규격별 가격>

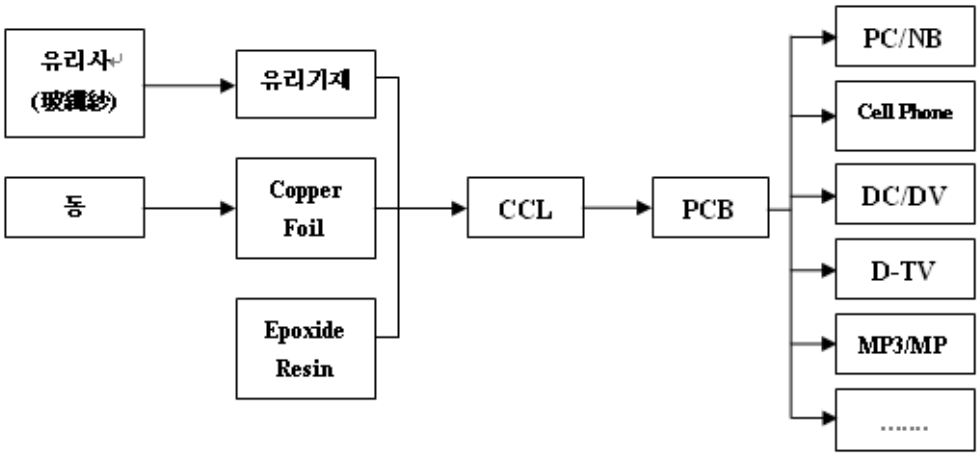
LCD제품 규격	가격(위앤)	LCD제품 규격	가격(위앤)
Samsung 710N	2270	LG L1750SQ	2150
Samsung 710T	2560	Acer FP71G+s	2150
Acer FP71G+	1980	Samsung 730B	2450
Philips 170S6	2050	Samsung 173P+	3270
View Sonic VA721(8ms)	2150	Acer FP737s-D	1980
Samsung 710V	2200	Samsung 990B	2980
Philips 170B6	2300	View Sonic VA712s	2580
Samsung 510N	1860	LG L1730s	1999
Samsung 720nwz8	2380	View Sonic VE710s(8ms)	2099
Samsung 740N	2280	View Sonic VE175	2080

자료:中關村線上

□ 중국 PCB시장 가격동향

○ 중국 PCB 산업체인을 분류하면 원재료-CCL-PCB-전자제품 애플리케이션 등으로 나눌 수 있음. PCB 원재료인 Copper Foil, CCL의 가격이 2004년부터 상승한 뒤를 이어 2005년에도 지속적인 상승세를 보이고 있음.

<PCB 산업체인>



자료: 广發基金

○ 2004년부터, Copper Foil, CCL 등 원재료의 가격 증가 폭은 10%에 달하였고, 유리기재(2116)는 1.2달러, 가는 玻纖紗는 3.5달러, 굵은 玻纖紗는 1.8달러 수준을 보였으며, PCB 공장에 있어서 Copper Foil, CCL 등과 같은 원재료는 PCB제품 원가의 50-60%를 차지하고 있음.

○ 최근 원재료 가격의 상승은 PCB가격의 상승을 초래하였으나, 2005년에는 다소 하락세를 보였음.

<PCB 가격 동향>

년도	단가(달러)	증가율
2001	0.36	21.7
2002	0.3	-16.9
2003	0.34	13.6
2004	0.38	10.1
2005	0.37	-1.2

자료: Isuppli Corp

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도

□ 수입관세

○ 중국에서는 주요 전자부품의 수입관세를 20%~40%로 규정하고 있으며 우리나라 주요 수출 전자부품에 대한 중국의 수입관세는 아래 표와 같음.

<한국산 주요 수출 전자부품에 대한 중국의 수입관세>

품 목	HS CODE	수입관세	부가가치세
반도체	85413000	30%	17%
LCD	84716011	40%	17%
CRT 브라운관	84716012	40%	17%
투명 CNT 복합소재	69031000	20%	17%
RF embedded 기판	85429000	30%	17%
근거리 무선통신 복합모듈	85427010	30%	17%
OLED	84716019	40%	17%

자료: 중국해관수출입세칙 2006

□ 지적재산권 침해

○ 공식적인 수입관세 이외에도 우리기업들이 중국 진출시 특히 주의해야 할 비관세 장벽은 지적재산권 침해 문제임.

- 서구 기업들의 경우 중국 진출시 “기술 유출의 손실을 감안해야 한다”는 인식이 팽배해 있으나, 중국 시장에 진출하는 것은 “실(失)보다는 득(得)이 크다”는 계산이 깔려 있음.

- 우리기업의 경우, 보유 기술이 원천 기술이 아닌 응용기술이 대부분이므로 기술 유출에 각별히 주의해야 함.

○ 더욱 주의할 것은 인터넷을 통한 지적재산권 침해 문제인데, 최근 중국 해커들이 우리기업 및 대학, 심지어 공공기관까지 불법 해킹하여 문제가 된 점은 지적재산권의 중요성을 다시 한번 일깨워주는 좋은 사례임.

- 중국의 인터넷 공간은 지적재산권의 무풍지대로 전 세계에 이미 악명이 높은 상태로 미-중 통상회담시 미국 측에서 매번 제기하는 문제지만, 1억 1천명에 달하는 네티즌과 69만여 개의 사이트를 거느린 인터넷 대국인 중국당국도 별다른 해결책이나 예방책을 내놓지 못하고 있는 실정임.

나. 주요 인증제도

○ 우리나라의 對中 주요 수출 전자부품중 LCD와 CRT 브라운관의 경우 대중국 수출시 반드시 “3C(CCC)" 인증을 받아야 됨.

○ CCC(China Compulsory Certification) 제도란?

- 2003년 8월 1일부터 본격 시행한 중국의 품질안전관련 강제인증제도인데, 중국은 세계무역기구(WTO) 가입 전 품질 및 안전관련 인증제도를 자국산과 수입품에 대해 별도 적용하는 등 이원 관리해왔음.

- WTO 가입을 계기로 인증제도 개선을 위해 자국산에 적용한 CCEE(상품안전인증, 장성마크)와 수입품에 부여해온 CCIB(수입상품안전품질인증)을 CCC로 통합, 운영하고 있음.

- 중국 내에서 CCC 해당 품목을 생산하거나 중국에 해당 제품을 수출하고자 하는 기업은 반드시 CCC 마크를 획득하여야 하며 미획득시 제품 통관 불가는 물론 벌금도 내야 함.

미 국

1. 산업 개요

가. 전자산업

□ 시장현황

○ 미국의 전기·전자산업은 2004년 기준으로 4,960억 달러 규모를 기록했으며, 전년대비 10.3% 증가를 나타냄.

<전자산업 현황>

(단위: 십억달러)

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
컴퓨터/전자제품	500.8	418.8	351.9	351.2	392.7
전기 장비/부품	121.7	109.9	100.7	98.6	103.3
소계	622.5	528.7	452.6	449.8	496.0

자료: BEA, 2005.12.15

○ 미국 전자산업은 세계 시장의 글로벌화와 가격경쟁이 심화되면서, 경쟁력 강화 전략으로 제품 아웃소싱 및 저임금 국가로의 해외 생산기지 이전이 일반화되고 있음.

○ 특히, 전자제품 생산 공정의 표준화 및 부품의 모듈화가 급진전되면서 저임금 기반의 멕시코, 중국 및 아시아 국가로 생산기지를 이전하고, 아웃 소싱이 확대되고 있는 추세임.

○ 이러한 아웃소싱 및 생산시설 해외 이전으로 미국 시장에서 전자산업 생산 기반이 크게 약화되고 있으며, 미국 전자산업은 R&D 및 마케팅 중심으로 역량이 집중되고 있음.

□ 수요동향

○ 미국 전자산업의 수요는 소비 가전제품시장이 견인하고 있는데, 2005년 미국 소비 가전시장의 성장을 주도한 제품으로 휴대폰, 평면디스플레이, MP3 플레이어, 게임 콘솔 등을 들 수 있음.

○ CEA(Consumer Electronics Association)의 자료에 따르면, 미국 가정이 보유하고 있는 가전 제품 중 가장 증가율이 높은 제품은 MP3 플레이어, 디지털카메라, 자동차용 비디오시스템, CD 플레이어, 노트북으로 나타남.

○ 주요 가전제품별 보급률의 경우, MP3 플레이어가 가장 높은 증가율을 보이고 있는데, 2006년 1월 기준 보급률이 25%로 전년 동기대비 10% 증가를 기록했음.

○ 가정 보급률 상위 가전제품은 TV가 95%로 가장 높은 보급률을 나타냈으며, VCR이 87%, 휴대폰 87%, DVD 81%의 보급률을 보이고 있음.

○ 특히, 미국 내 휴대폰 사용대수는 1억 8,200만대로 1가구당 2개의 휴대폰을 보유하고 있으며, 위성 라디오도 가정 내 보급률이 10%를 기록하고 있음.

○ 그 외에 2005년 기준 디지털 카메라가 57%, 노트북 34%, 차량용 비디오 시스템 보급률이 15%로 나타났음.

<주요 가전제품 보급률 현황>

(단위: %)

제품명	2004년	2005년	증가율
디지털 카메라	49	57	8
차량용 비디오 시스템	9	15	9
in-dash CD플레이어	57	62	5
노트북 PC	30	34	4

자료: CEA, 2006.3

나. 전자부품

□ 시장현황

○ 미국의 전자부품 산업은 미국 산업의 핵심인 컴퓨터, 통신, 소비 가전, 자동차, 항공, 의료기기 등 기술집약적인 산업발전을 기반으로 함.

○ 최근 제품 수명주기가 단축되고, 기술개발 속도가 빨라지면서 미국내 전자부품 시장의 경쟁이 심화되고 있는 상황임.

○ 이러한 환경의 변화로 미국 내 전자부품 제조업체들의 저임금 국가인 말레이시아, 멕시코, 싱가포르 등으로 생산시설 이전이 증가함.

○ 또한, 전자부품의 조립 및 테스트를 위한 해외 투자의 경우, 코스타리카, 태국 등으로 진출하는 사례가 증가하고 있음.

○ 반면, 항공기 및 의료기기 등 첨단제품에 사용되는 고기능 전자부품의 생산은 여전히 미국 생산이 상당 부분 유지되고 있음.

□ 생산 및 수요 동향

○ 인쇄회로기판 (Printed Circuit Board)

- 미국 PCB 생산은 대부분 중소규모의 제조업체에 의해 생산되고 있는데, 이중 상위 10개 기업이 전체 생산의 44%를 차지하고 있음.

- 전자제품의 소형화 및 고기능화에 따라 범용 PCB 제품에서 다층 PCB 및 플렉시블 PCB 등 고기능 제품의 수요가 증가하고 있음.

- 미국내 PCB 제품의 최종 수요처로 1998년까지는 컴퓨터 산업의 수요가 가장 컸으나, 1999년부터는 통신기기산업 및 EMS[12]와 같은 외주생산전문 업체인 CM(Contract Manufacturing)기업 수요가 큰 비중을 차지하는 것으로 나타남.

- 2005년 기준 미국 PCB 시장의 수입 현황을 보면, 최대 수입국은 중국으로 22.6%를 차지하고 있으며, 대만 16.9%, 캐나다 16.8%, 일본 10.8% 순으로 나타남.

- 수출의 경우, 미국의 최대 수출국은 멕시코로 34.9%의 비중으로 보였으며, 캐나다가 21.3%로 다음을 차지하고 있음.

12) EMS(Electronics Manufacturing Service)는 전자제품 제조과정(설계→R&D→생산→판매) 중 생산에만 특화, 자사 상표 없이 전자업체들의 위탁제품을 생산하는 기업이며, 동일생산라인에 의한 다종제품을 생산하는 등 유연한 생산체제가 특징임. 기존 전자업체들은 EMS에 제품생산을 위탁하고, 고부가가치 R&D, 디자인, 마케팅 등에 집중함으로써 기업경쟁력을 제고하고 있음.

<미국 PCB 수요 현황>

(단위:백만달러, %)

산업별	판매액	비중
통신	1,971	27
CM	1,605	22
컴퓨터	1,533	21
자동차	731	10
일반 산업용	497	7
측정장비	519	3
일반 가전	220	2
방위	147	2
기타	74	1

자료: U.S Department of commerce, US Industry & Trade Outlook 2000
주: 2006년 4월 기준, 미 상무성에서 입수 가능한 최신 자료임

<2005년 미국 PCB 수출입 현황>

(단위: 백만달러, %)

수출			수입		
국가명	금액	비중	국가명	금액	비중
멕시코	727	34.9	중국	2,159	22.6
캐나다	515	21.3	대만	486	16.9
말레이시아	140	6.7	캐나다	362	16.8
중국	84	4.0	일본	232	10.8
독일	66	3.2	한국	123	5.7

자료: World Trade Atlas, 2006.4

○ 반도체(Semiconductor/ IC)

- 미국 반도체 산업은 칩 디자인, 제조, 판매와 관련된 약 100개사로 구성되어 있으며, 대부분의 반도체 구매는 대형 OEM 기업을 통해 구매되어 전자 제품 및 시스템의 부분품으로 소비되고 있음.

- 주요 생산기업은 인텔, TI, AMD, Micron Technology, National Semiconductor 등의 기업들과 생산시설을 보유하지 않은 반도체 설계 전문회사(팹리스, Fabless)로 형성되어 있음.

- 2005년 기준 미국의 반도체(Semiconductor/ IC) 제품의 수출 동향을 보면, 주요 수출국은 말레이시아, 멕시코, 한국, 필리핀, 대만 순이며, 미국시장의 주요 수입국은 대만, 한국, 말레이시아, 필리핀, 일본 순임.

<2005년 미국 반도체(Semiconductor/ IC) 수출입 현황>

(단위:백만달러, %)

수출			수입		
국가명	금액	비중	국가명	금액	비중
말레이시아	4,748	11.3	대만	3.520	16.1
멕시코	4,678	11.2	한국	2,966	13.6
한국	4,507	10.7	말레이시아	2,915	13.3
필리핀	3,684	8.8	필리핀	2,211	10.1
대만	3,556	8.5	일본	1,979	9.1

자료: World Trade Atlas, 2006.4

○ 콘덴서 (Capacitor)

- 콘덴서는 전자부품 중 수동부품으로 분류되며, 전체 콘덴서 시장의 40% 이상은 세라믹 제품이 주종을 이루고 있음.

- 미국 시장에서 콘덴서는 범용 부품으로 가격에 매우 민감한 품목이며 세라믹 원료인 팔라듐의 수급이 제품 가격에 미치는 영향이 큰 편임.

- 미국 시장에서 콘덴서 부품의 수출입 동향을 보면, 미국의 수출국은 멕시코, 캐나다, 홍콩, 중국 등이며, 주요 수입국은 멕시코, 일본, 이스라엘, 중국 등의 순서임.

<2005년 미국 콘덴서 부품 수출입 현황>

(단위: 백만달러, %)

수출			수입		
국가명	금액	비중	국가명	금액	비중
멕시코	589	40.6	멕시코	466	33.0
캐나다	124	8.6	일본	409	29.0
홍콩	108	7.5	이스라엘	72	5.1
중국	103	7.1	중국	68	4.8
네덜란드	102	7.1	체코	55	4.0

자료: World Trade Atlas, 2006.4

□ 향후 시장 전망

○ 미국 전자산업의 제조시설이 멕시코 등 인근 지역과 저임국 국가로 이전하거나 아웃소싱이 확대되는 추세를 보이고 있어, 일반 범용부품의 경우, 대미 직접 수출보다는 미국 전자 제조업체의 생산시설이 소재한 멕시코, 캐나다, 말레이시아, 필리핀 등으로 우회수출이 증가할 것으로 예상됨.

○ 그러나, 항공기, 자동차, 의료기기 등 첨단 기술 산업을 기반으로 하는 고기능 전자제품의 경우, 미국내 생산체제를 계속 유지하고 있으므로 관련 부품에 대한 수요는 지속적으로 증가할 전망임.

○ 특히, 미국내 최대 산업을 형성하고 있는 자동차 산업에서의 관련 전자부품 수요가 꾸준하게 유지될 것으로 보임.

2. 유통구조

○ 미국 시장에서 전자부품의 유통은 제품 특성 및 공급량에 따라 차이가 있으나 일반적으로 대형 전자부품 디스트리뷰터가 주요 유통채널로 부품 생산업체로부터 공급을 받아 최종 수요자인 OEM, ODM[13], EMS 업체에 공급하는 형태임.

- 미국 전자부품 시장은 전문 디스트리뷰터를 통한 전자부품 유통이 체계화되어 있는데, 주요 디스트리뷰터는 Arrow Electroics Inc, Avnet Inc, Memec, TTi, Digi-key 등 75개사가 중심을 이루고 있음.

○ 아울러, 대미 전자부품 수출 중 가장 많은 비중을 차지하고 있는 반도체의 유통구조는 반도체 제조업체가 최종 수요처에 직접 판매하는 것과 반도체 전문 유통업체를 통해 공급하는 것이 일반적임.

○ 대부분의 경우 반도체 제조업체가 대형 수요처에 직접공급을 하고 있으나, 가전제품 중 다양화되고 있는 소량 맞춤형 제품인 경우에는 전문 유통업체를 통해 공급되고 있음.

○ 미국 전자제품의 생산이 EMS 전문기업으로 분화되고 있음을 고려할 때, 중소 전자부품 제조업체가 사전 벤더 등록을 통해 최종 수요처에 직접 공급하는 것도 가능함.

---

13) ODM방식 수출은 제조업자 개발생산(ODM: Original Development Manufacturing)의 약자임. OEM(Original Equipment Manufacturing)은 주문자가 만들어준 설계도에 따라 생산하는 단순 하청생산 방식인데 반해, ODM은 주문자의 요구에 따라 제조업자가 주도적으로 제품을 생산하는 점이 차이. ODM방식으로 수출을 하면 공급가에 개발비를 추가할 수 있어 부가가치도 OEM에 비해 높으며, 부품가격이 하락해 원가절감효과도 볼 수 있음. 일례로 최근 휴대폰 단말기 분야에서 ODM 방식수출이 크게 늘어나고 있으며, ODM 방식수출이 가능하려면 수출업체가 자체 제품개발능력이 있어야 하고, 바이어에게 믿음을 줄 수 있을 만큼 디자인능력도 뛰어나야 함.

○ 최근에는 인터넷을 통한 전자상거래가 활성화되면서 전자부품 시장도 전자부품 제조업체 및 디스트리뷰터가 웹 사이트를 통해 제품 세부 정보제공, 온라인 판매를 확대하는 추세임.

3. 경쟁현황

□ 경쟁 동향

○ 미국 전자부품 시장에서 반도체 및 고기능 부품은 일본 및 유럽지역의 수입품이 경쟁하고 있으며, 일반 범용 제품은 멕시코, 대만, 중국의 제품과 경쟁하는 구조임.

○ 특히, 미국 내 전자부품 제조업체가 멕시코, 말레이시아, 필리핀 등에 생산시설을 보유하고 있어, 이를 통해 생산제품이 미국에 역수입 및 제 3국으로 수출되는 구조를 보이고 있음.

○ 미국 상무성이 발간한 “US Industry & Trade Outlook 2000" 자료에 따르면 미국 전자부품 시장에서 상위 5대 수입국은 일본, 말레이시아, 한국, 대만, 캐나다 순으로 나타남.

<미국 전자부품 시장 주요 수출 및 수입국 현황>

(단위: 백만달러, %)

수 출			수 입		
국가명	금액	비율	국가명	금액	비율
멕시코	7,000	18	일본	10,601	16
캐나다	4,186	10	말레이시아	7,715	12
말레이시아	3,716	9	한국	6,942	11
필리핀	3,435	9	대만	6,80	10
한국	3,302	8	캐나다	5,565	9

자료: U.S Department of commerce, US Industry & Trade Outlook Outlook 2000
주: 2006년 4월 기준, 미 상무성에서 입수 가능한 최신 자료임

○ 전자부품 중 가장 종류가 많은 수동부품(Passive Component) 시장은 일본, 멕시코, 말레이시아, 대만, 캐나다 순으로 미국 시장에 수입 비중을 차지하고 있음.

<미국 수동 전자부품 시장 수출입 현황>

(단위: 백만달러, %)

수 출			수 입		
국가명	금액	비중	국가명	금액	비중
멕시코	2,160	35	일본	3,997	14
캐나다	892	14	멕시코	3,704	13
영국	362	6	말레이시아	3,356	12
일본	300	5	대만	3,227	10
독일	270	4	캐나다	2,291	10

자료: U.S Department of commerce, US Industry & Trade Outlook Outlook 2000
주: 2006년 4월 기준, 미 상무성에서 입수 가능한 최신 자료임

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도

○ 수입관세

- 미국으로 수입되는 전자부품에 대한 수입관세는 대부분의 품목이 거의 0% 수준이므로 수입관세 부담은 매우 낮음.

○ 수입제도

- 일반적인 전자부품에 대한 수입절차는 세관에 Invoice, B/L 등을 첨부하여 수입신고서를 제출한 후 세관으로부터 수입허가서가 교부되면서 통관 및 수입절차가 종료됨.

나. 주요 인증제도

○ UL(Underwrites Laboratories) 마크

- 제도성격: 자율규제제도
- 규제지역: 미국 전역
- 적용대상품목: 전기전자제품, 소방기기, 건축 구조물 등
- 주관기관: UL(Underwrites Laboratories Inc)
- 미이행시 제재사항: 미국 대형 유통업체 구매대상에서 제외

○ FCC(Federal Communication Commision) 마크

- 제도성격: 강제규격인증제
- 규제지역: 미국 전역
- 적용대상품목: 전파 발생장치 및 사용시 전파를 발생시키는 부품 및 구성 요소
- 주관기관: Federal Communication Commision(FCC)
- 미이행시 제재사항: 미국 내 판매 및 유통금지

독 일

1. 산업개요

가. 생산 및 수요 동향

○ 독일 전자산업은 제 2의 국가기간산업이며, 세계 전자시장 점유율이 8%로 미국, 일본, 중국 다음으로 4위를 차지하고 있음.

○ 전자산업 종사자 수가 약 81만 명이며, 매출액이 독일 전체 산업 매출액의 12%를 차지하고 있음.

○ 2005년의 경우, 전기· 전자분야가 1.5% 증가한 1,650억 유로의 매출액 기록에 그쳐 저조한 성적을 보였음. 높은 수출증가에도 불구하고 극심한 내수침체로 유럽평균 성장률인 6% 보다 훨씬 낮은 성장률을 나타낸 것으로 평가됨.

○ 수출의 경우, 2004년 13%에 달하는 높은 증가율을 기록한 이래 2005년에는 5.4% 증가했는데, 이는 전체 수출의 50%를 차지하는 EU-15 국가의 수요 감소에 기인함. 전체적으로 국내수요는 감소한 반면, 해외 수요는 증가해 수출비중이 46%에 달하며, 수출의존도가 날로 심화되고 있음.

○ 전기· 전자분야는 품목에 따라 큰 성장률차를 보이고 있지만, 전체적으로 가격경쟁 심화로 인한 수익성 악화가 계속되어 2004년에는 가격이 평균 2%, 2005년에는 3% 하락했음.

○ 대부분의 독일 전자제조업체는 부품 공급자로 주요 고객은 기계, 자동차, 건설업체 등 다양함.

<독일 전자산업 개요>

(단위: 십억유로)

연도	2003	2004	*2005
매출액	154.3	162.8	165
국내	87.6	88.9	89
해외	66.7	73.9	76
생산지수	99.8	108.1	116.3
종사자 수(명)	818.4	806.8	799.7
설비투자	5.2	5.5	-

자료: BMWA, ZVEI,
주: *잠정치

나. 전자부품산업 생산 및 수요 동향

○ 독일 전자부품시장은 유럽시장의 약 30%를 차지해 유럽시장에서 차지하는 비중이 가장 크므로, 유럽시장에 직접적인 영향을 미치고 있음.

○ 독일 전자부품시장은 2002년까지 마이너스 성장을 기록한 후 2003년부터 회복세를 보이고 있으며, 2003년 5.1%, 2004년 9%의 높은 성장률을 보였음.

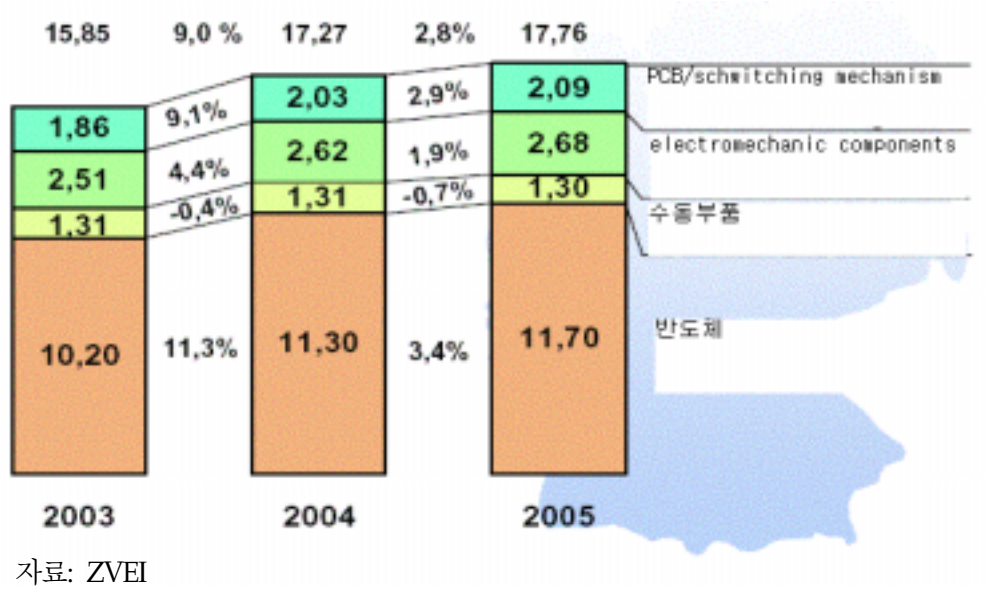
○ 2005년 전자부품시장은 전년대비 다소 저조한 3%의 성장률을 보여 177억 유로의 매출액을 기록했음.

○ 독일 주요 전자부품 중 가장 큰 비중을 차지하는 분야는 반도체로 시장규모가 115억 유로에 달하며 매년 꾸준한 성장세를 보이고 있음.

○ 독일의 주요 전자부품 중 수동부품은 2002년 -26%의 감소세를 기록한 이래 부진을 면치 못해 2005년에도 -0.7%의 성장률을 기록했음.

<독일 주요 전자부품 생산규모>

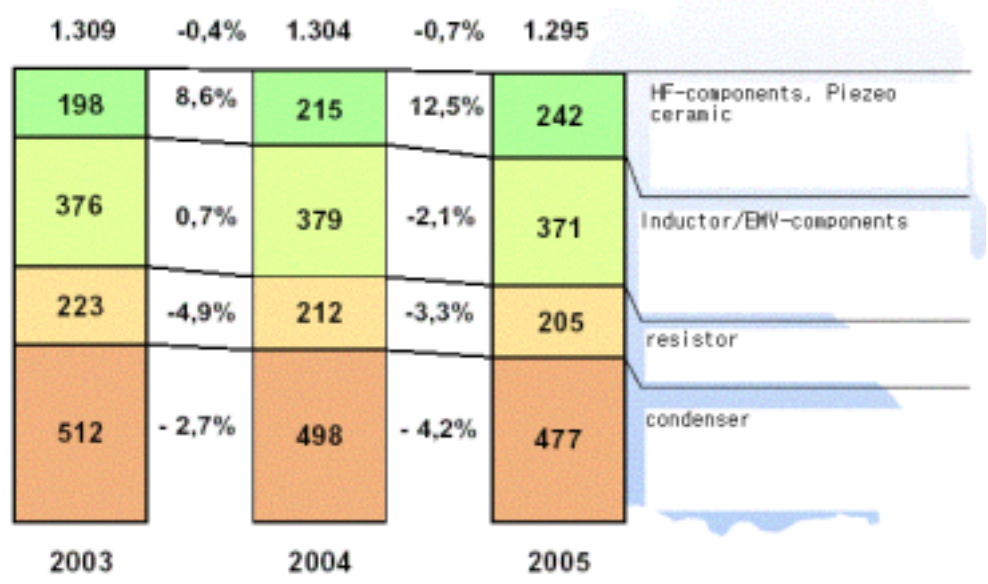
(단위: 십억유로)



자료: ZVEI

<수동부품 생산규모>

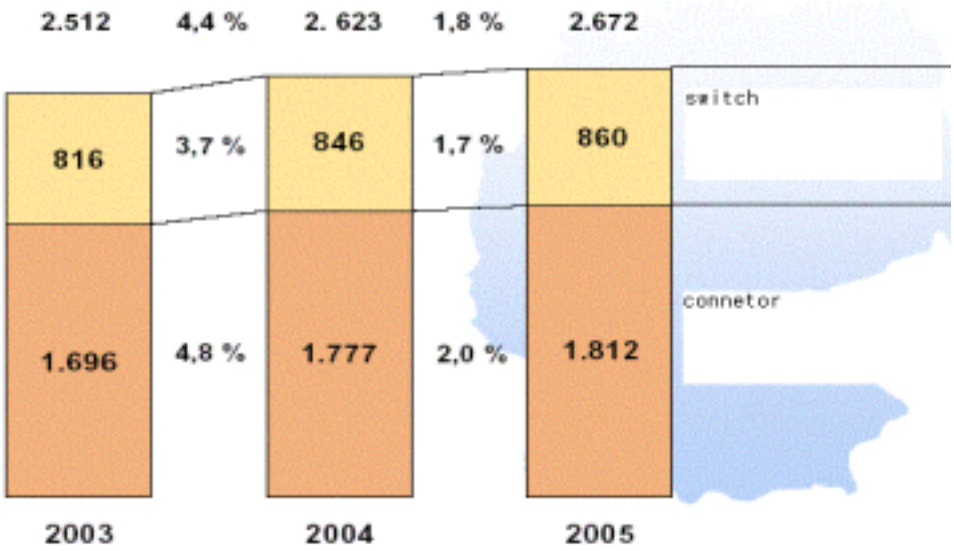
(단위: 백만유로)



자료: ZVEI

<Electromechanic Components 생산규모>

(단위: 백만유로)



자료: ZVEI

○ 독일 전자부품시장의 가장 큰 수요처는 자동차용인데, 자동차용 전자부품은 자동차산업에서 혁신적인 제품을 창출하며 산업 성장을 견인하는 역할을 하고 있으므로, 향후 지속적으로 성장세를 보일 전망임.

<독일 전자부품 시장>

	2004			2005		
	규모 (백만유로)	비중(%)	증감률(%)	규모 (백만유로)	비중(%)	증감률(%)
엔터테인먼트	292	1.7	-9	258	1.5	-11.6
기타 소비재	421	2.4	-6.7	415	2.3	-1.5
데이터기술	4,045	23.4	14.8	4,156	23.4	2.7
자동차용전자	5,706	33	7.9	5,966	33.6	4.6
산업용 전자	3,072	17.8	7.4	3,155	17.8	2.7
통신기술	3,733	21.6	9.8	3,807	21.4	2
총계	17,269	100	9	17,757	100	2.8

자료: ZVEI

<독일 전자부품별 생산규모>

(단위: 백만유로)

제품	생산규모	
	2003	2004
자동화기기	25,531	27,190
전력 엔지니어링	7,365	7,582
전기 드라이브	6,291	6,799
트랜스포머/전력공급	3,750	3,787
배터리	1,140	1,129
전기 콘덴서	39	33
컨택터/스위치/산업 컨트롤	11,797	12,904
설치 장비, 시스템	4,834	5,161
케이블/전선	4,393	4,743
용접 장비	1,253	1,529
전기 난방 장비	620	623
가전제품	8,427	8,438
조명기술	3,532	3,557
통신기술	13,412	14,073
소비전자	2,916	2,898
측정/공정기술	9,460	9,593
의료전자	5,493	5,625
전자부품	12,009	12,880
전자공구	1,078	1,126
수신안테나/브로드밴드	323	360
정보기술	8,339	8,140
보안시스템	1,181	1,209
기타	18,289	19,234
총계	121,026	127,162

자료: ZVEI

다. 전자부품 품목별 시장 동향

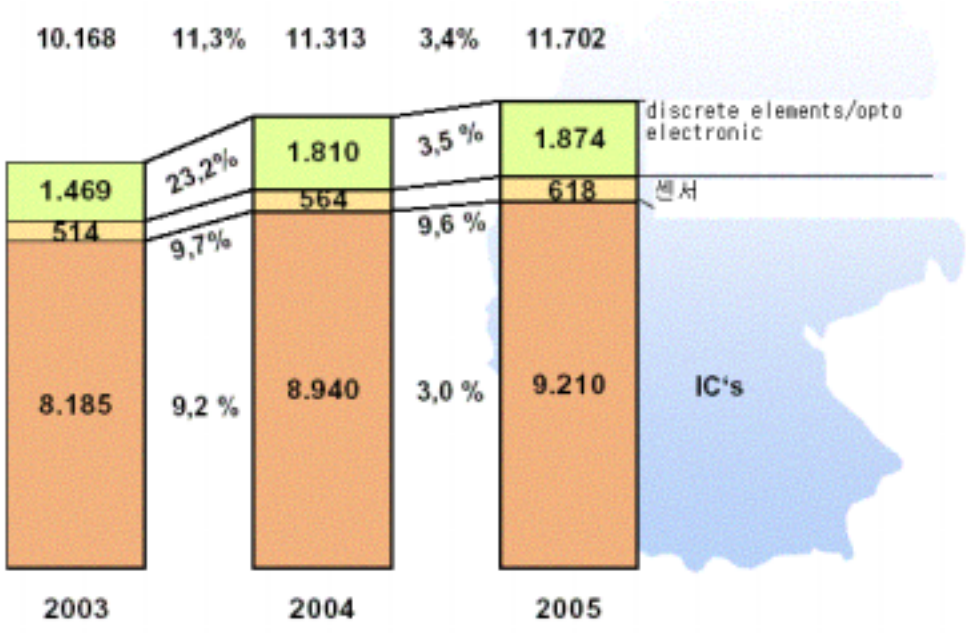
□ 반도체

○ 독일 반도체 시장은 4년 연속 지속적인 성장을 기록했으며, 2004년 11%의 높은 성장률을 기록한 이후, 2005년에는 2.6% 성장한 116억 3,000만 유로를 기록했음.

○ 주요 성장 요인으로는 소비침체 회복에 따른 컴퓨터 구매 증가로 데이터 처리용 반도체 수요가 2년 연속 증가한 점과, 자동차용 전자에서 예전에 주로 고급차량에 부착되어 오던 센서와 같은 안전장치 전자시스템이 점차 일반화되면서 그 수요가 급증하고 있는 점을 들 수 있음.

<반도체 부품 생산규모>

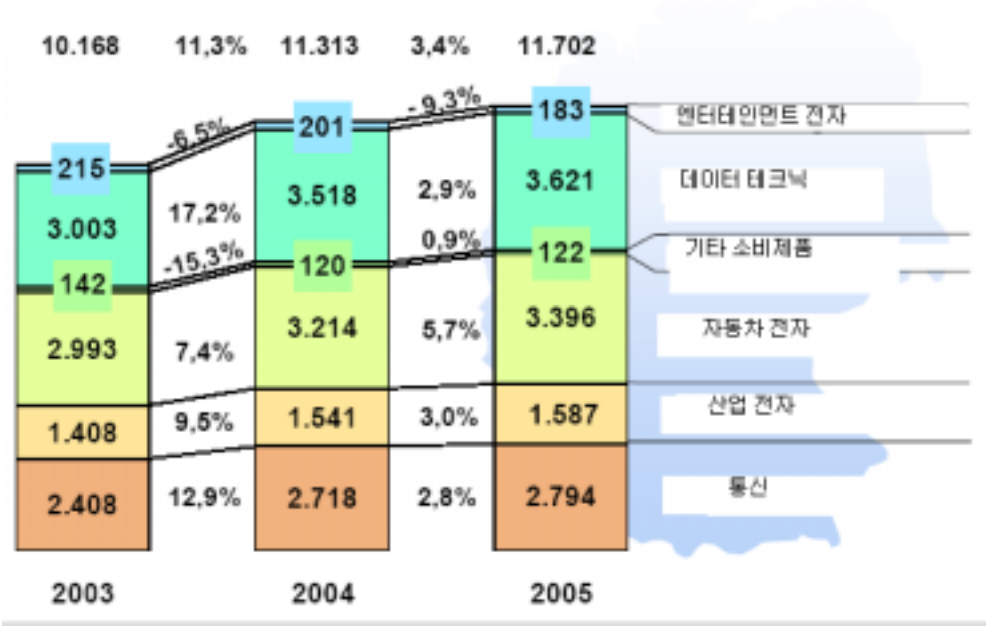
(단위: 백만유로)



자료: ZVEI

<독일, 반도체 주요 수요처 현황과 추이>

(단위 : 1백만 유로)



자료: ZVEI

○ 기존에 산업용 전자부문이 주요 수요처였던 반면, 자동차용 전자수요가 급증함에 따라 현재 가장 큰 생산 비중을 차지하고 있음.

○ 2005년 가장 높은 성장률을 보인 분야는 소비전자용 반도체인데, 주로 디지털 TV, 디지털 셋톱박스, 디지털 카메라, MP3 플레이어 등에 사용되는 logic ICs 매출액이 무려 116%나 증가했음.

○ 반도체시장의 호조세는 2006년 및 2007년에도 지속되어 5%~10%의 성장률을 보일 전망이며, 특히 2006년에 IC가 6%, 기타 반도체가 7% 정도 성장세를 보일 전망임.

○ 반도체 매출의 절반 이상을 차지하고 있는 디지털 카메라와 핸드폰 시장도 향후 몇 년 동안 계속 확장될 전망임.

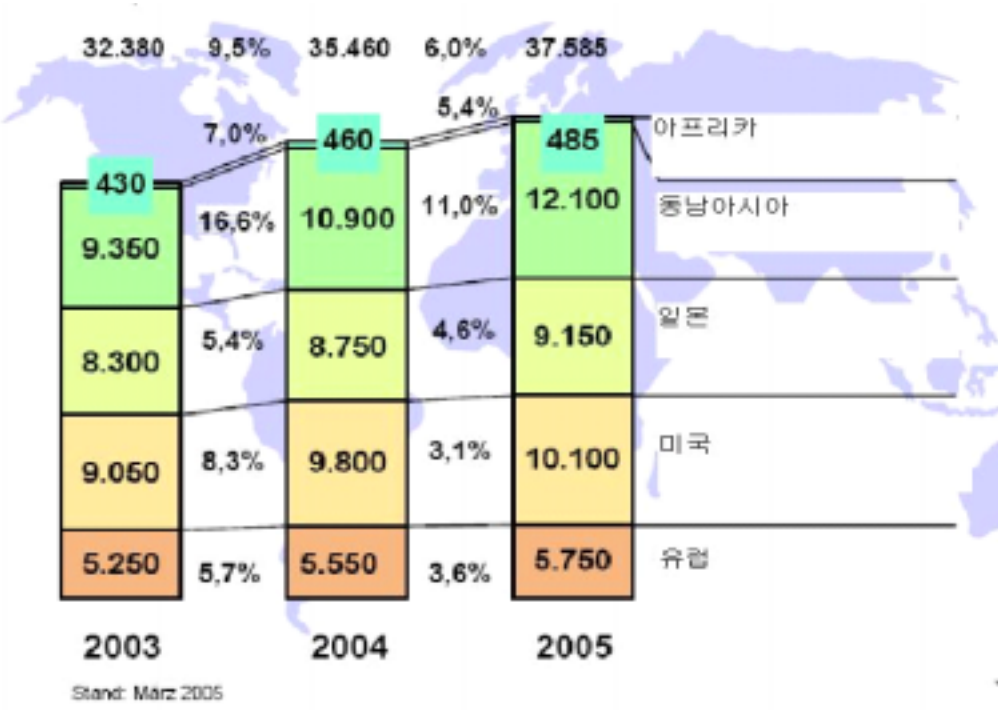
○ 최근 몇 년간 가장 높은 성장률을 보이는 분야는 반도체 중에서도 NAND 메모리 분야임. 성장의 주요인은 휴대용 엔터테인먼트 전자기기의 수요 증가인데, 2005년에는 64%의 성장률을 보여 시장규모가 108억 유로에 달했으며, 2006년 시장규모는 43% 성장한 154억 유로에 달할 것으로 전망됨.

□ PCB

○ 독일 PCB 시장규모가 유럽에서 차지하는 비중은 약 35%로 그 규모가 14억 6,200만 유로에 달함.

<세계 PCB 시장규모>

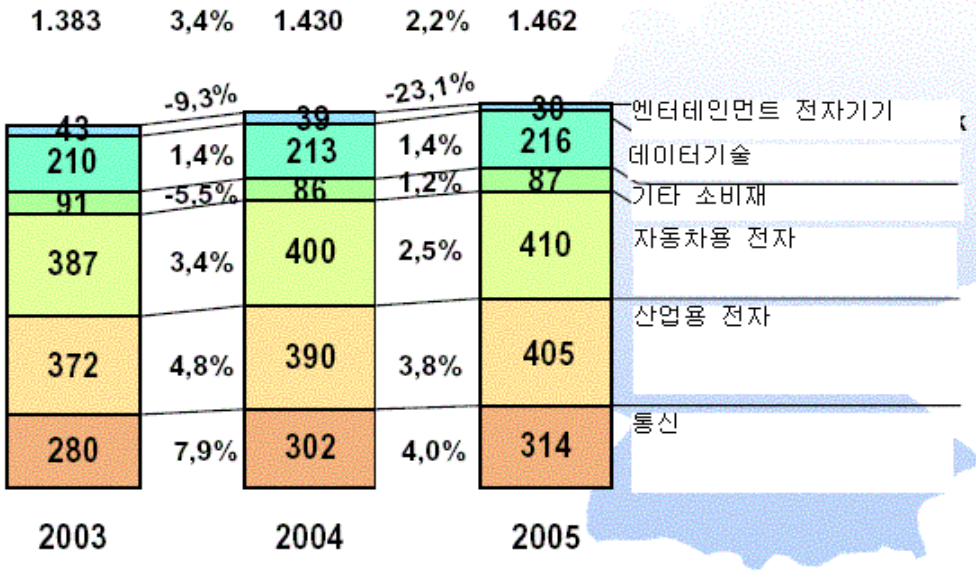
(단위: 십억유로)



자료: ZVEI

<PCB 생산규모>

(단위:백만유로)



자료: ZVEI

○ 독일 PCB의 응용분야는 통신, 산업전자, 자동차용 전자, 데이터기술, 엔터테인먼트 등으로 통신, 산업전자, 자동차 전자비중이 약 80%를 차지함.

○ 독일이 가장 강세를 보이는 분야는 자동차용 전자분야이며, 통신 및 엔터테인먼트 전자기기분야에서는 한국 및 아시아국가의 시장점유율이 높음.

○ 특히 휴대폰, 디지털카메라 등에 사용되는 연성회로기판은 아시아국가로부터의 수입이 대부분임. 향후 동 분야의 수요가 증가할 것으로 예상되므로, 아시아국가로부터의 PCB 수입은 계속 증가할 것으로 전망됨.

○ 2005년 독일 PCB 시장은 2.2%의 성장률을 기록했으며, 2005년 12월에는 전년 동기 대비 12%의 성장을 거두어 2006년에도 이와 같은 높은 성장세를 유지할 전망임.

○ 독일 PCB 시장의 급성장은 자동차용 전자, 통신 분야의 수요증가에 따른 PCB수요 성장에 있음.

○ 특히 자동차용 전자는 자동차산업에서 혁신제품을 창출하며 자동차산업의 성장을 이끄는 역할을 해 향후 지속적으로 증가할 전망임.

○ 독일 자동차용 전자분야에서 PCB생산은 전년대비 무려 37.2% 증가한 반면, 엔터테인먼트 전자기기분야의 생산율은 아시아국가와의 경쟁치열로 47% 감소했으며, 대신 수입이 크게 증가했음.

○ PCB는 전 산업에 사용되는 필수 전자 부품으로 첨단산업의 급속한 발전으로 고도의 기술을 요구하는 산업임. PCB 기술은 디자인, 생산력, 검사, 합성기술, 설치 등에서 5-10년 사이에 10배 이상의 성능 향상이 이루어질 만큼 발전 속도가 빠름.

○ 전자제품의 연결기술로 핵심적인 역할을 하는 PCB는 점점 소형화, 정밀화되고 동시에 많은 용량을 수용하는 기술집약적 산업으로 방향이 전환되고 있음.

○ 기존의 주요 수요처였던 산업전자부분에서 향후 자동차 전자, 정보통신의 수요가 크게 증가할 전망임.

<2004년 독일 다층 PCB 수입현황>

(단위: 천유로)

주요 수입국가	수입액
EU	224,821
중국	127,025
대만	72,744
태국	38,741
미국	35,515
홍콩	28,966
스위스	19,393
일본	15,010
싱가폴	3,950
한국	3,703

자료: 연방통계청

□ LCD, PDP

○ TV 시장은 엔터테인먼트 시장 성장의 원동력이기도 한데, 현재 기존의 브라운관 TV에서 평면 TV로 교체되는 전환점으로 대형화면을 선호하고 있는 추세가 뚜렷해지고 있음.

<LCD, PDP 시장규모>

	수량(단위: 1000개)			매출액(단위: 백만유로)		
	2004	2005	증감률(%)	2004	2005	증감률(%)
LCD	473	1,235	+161	568	1,404	+147
PDP	100	300	+200	327	642	+96.6

자료: gfu

○ 2005년 LCD TV는 123억 개가 판매되어 전년대비 160%가 증가했으며, PDP는 30만 개의 판매율을 기록해 200% 성장률을 보였음.

○ LCD TV는 32인치, 플라스마는 42인치 TV로 교체되고 있는 추세이며, 영화화면과 같은 비율의 16:9가 점차 선호되고 있음.

○ 평면 TV의 가격하락과 함께 대형화면뿐 아니라 고화질의 HDTV 선호 추세도 뚜렷해지고 있음.

○ 판매된 LCD 중 HDTV는 2005년 12월에 55%를 차지했으며, 매출액에 있어서는 73%를 차지했음. PDP TV 중 HDTV는 전체 판매대수의 40%규모이며, 매출액의 51%를 차지했고 계속 증가 추세임.

○ 한국 브랜드의 LCD 모니터 시장점유율이 독일에서 40%에 육박하며, 평면TV는 2자리대 성장이 전망됨. 현재 독일 LCD시장에서 LG, 삼성, Au Optronics와 같은 아시아 기업이 높은 시장 점유율을 보이고 있음.

□ 시장특성

○ 독일 고객은 품질보증, 서비스 및 AS 요구가 타 지역에 비해 까다로운 편임.

○ 독일 전자부품시장은 50%이상이 유통업체를 통해 판매되고 있으며, AS, 품질보증, 기술지원이 현지에서 가능한 대형유통업체를 통한 판매가 증가하고 있음.

○ 체코 또는 폴란드 등의 동유럽에서의 생산과 OEM이 늘고 있는 추세인데, 독일의 다수 제조업체는 동유럽의 저렴한 인건비를 활용해 동유럽에서 수작업을 한 반제품을 수입한 후 독일에서 완제품을 생산해 역수출 하고 있음.

○ 전자분야의 신제품 개발 속도가 갈수록 빨라지면서 OEM을 넘어서 전자제품의 생산을 위탁받아 전문적으로 제조 및 서비스를 전담하는 생산형식인 EMS(electronics manufacturing services)가 증가하고 있는 추세인데, 이를 통해 기업들의 설비투자에 대한 위험 및 비용절감 효과가 있음.

○ 독일 및 유럽 전자업체간의 공급사슬이 복잡해지고 있는 추세 속에서 업체간 협력 및 아시아에서 제조가 증가하고 있는 반면, EU에서 생산은 점점 감소하고 있는 추세임. 또한 제품 디자인 협력 및 비 EU 회원국에서의 디자인 증가 추세 등으로 유통경로가 점차 복잡해지고 있음.

○ 독일 전자업체들 사이에서는 최근 공급자와 고객사이의 공급사슬에서 SCOR(Supply Chain Operations Reference), 즉 공통의 공급사슬 경영 프로세스의 중요성이 더해지고 있음.

○ 독일 업체의 특징은 거래업체의 규모, 브랜드 인지도 보다는 품질, 가격, 업체의 거래신용이 거래선 결정에 있어서 판단의 우선 기준이 됨.

나. 수출입 동향

□ 수출입동향

○ 2005년 독일 전자산업 수출규모는 1,355억 유로로 전년보다 저조한 3.5%의 성장률을 기록했음. 2005년 상반기에 주요 교역국인 EU국가의 수요 감소가 큰 영향을 미친 것으로 보임. 그러나, 2005년 하반기부터 7%대의 수출 성장세를 보였으며, 유로 약세로 미국으로의 수출 증가율

이 2005년 4분기에는 무려 16%에 달했음. 2006년에도 수출 증가세가 지속될 것으로 전망되고 있음.

○ 2005년 수입은 4.4% 성장했으며, 수입 역시 상반기와 하반기 성장률에서 큰 차이를 보였는데, 상반기에는 감소세를 보인 반면, 3분기에는 9%, 4분기에는 10%의 성장률을 보였음.

<독일, 전자산업 수출입 추이>

(단위: 억유로)

연도	2003	2004	증감률(%)	2005	증감률(%)
수입	1,013	1,101	8.7	1,149	4.4
수출	1,135	1,309	15.3	1,355	3.5

자료: ZVEI

□ 주요 품목별, 국가별 수출입동향

○ 독일 전자부품 수입에서 가장 비중이 높은 분야는 정보기술 부품으로 2004년에 274억 유로 규모를 기록, 전체 전자부품 수입에서 차지하는 비중이 25%에 달했음. 그밖에 소비전자용 부품 18%, 능동부품이 14%, 통신기술 부품이 11%를 차지하고 있음.

○ 가장 높은 수입 성장률을 보이고 있는 분야는 보안시스템으로 2003년 18.4억 유로에서 2004년에 26.3억 유로로 43%의 수입 증가를 기록했으며, 통신기술부품도 22.4%의 높은 수입 증가를 나타낸 분야임.

<독일, 전자산업 분야별 수출입현황>

(단위: 백만유로)

	수출		수입	
	2003	2004	2003	2004
정보기술	19,372	21,755	28,185	27,396
전자부품	17,021	17,974	16,712	18,467
통신 기술	12,870	14,994	9,814	12,012
자동화 기기	17,314	19,236	9,406	9,575
소비전자	5,299	5,188	8,655	8,482
기타	11,530	12,349	6,700	6,586
가전제품	6,524	6,850	4,205	4,382
측정/공정 기술	7,589	8,469	3,944	3,996
케이블/전선	3,231	3,296	4,046	3,698
전력엔지니어링	4,803	5,240	3,895	3,447
컨택터/스위치/산업컨트롤	7,176	8,087	3,178	3,356
보안시스템	1,140	1,858	1,844	2,633
전기드라이브	3,874	4,211	2,618	2,542
의료전자	5,016	5,222	2,486	2,451
트랜스포머/전력공급	2,521	2,682	2,728	2,313
조명기술	3,169	3,251	2,016	2,054
설치장비, 시스템	2,622	2,785	1,336	1,345
배터리	1,047	1,144	1,107	1,119
전자공구	1,405	1,395	747	771
수신안테나/브로드밴드	611	747	377	452
용접장비	994	1,070	382	350
전기난방장비	464	594	156	159
전기콘덴서	34	33	17	20
총계	113,510	130,877	101,253	110,062

자료: ZVEI

<독일, 전자산업 국가별 수출현황>

(단위: 백만유로)

국가	2003	비중(%)	2004	비중(%)
총 수출	113,510	100	130,877	100
EU 15국가	60,311	53.1	69,177	62.9
프랑스	10,238	9.0	12,019	9.2
벨기에/룩셈부르크	4,312	3.8	4,773	3.6
네덜란드	5,912	5.2	6,462	4.9
이탈리아	7,764	6.8	8,618	6.6
영국	10,114	8.9	12,501	9.6
아일랜드	956	0.8	1,393	1.1
덴마크	2,148	1.9	2,004	1.5
그리스	991	0.9	1,134	0.9
스페인	6,081	5.4	7,151	5.5
포르투갈	1,872	1.6	1,943	1.5
스웨덴	2,749	2.4	3,326	2.5
오스트리아	5,501	4.8	6,079	4.6
핀란드	1,674	1.5	1,850	1.4
신규 EU가입국가	10,234	9.0	11,503	8.8
노르웨이	868	0.8	950	0.7
스위스	4,200	3.7	4,817	3.7
기타 서유럽국가	1,418	1.2	1,968	1.5
러시아	2,802	2.5	3,771	2.9
미국	9,041	8.0	9,583	7.3
일본	2,045	1.8	2,331	1.8
중국	3,470	3.1	4,282	3.3
동남아시아(일본, 중국 포함)	13,188	11.6	15,140	11.6
아프리카	2,217	2.0	2,683	2.0
라틴아메리카	1,900	1.7	2,324	1.8

자료: ZVEI

<독일, 전자산업 국가별 수입현황>

(단위: 백만유로)

국가	2003	비중(%)	2004	비중(%)
총 수입	101,253	100	110,062	100
EU 15국가	33,592	30.5	33,424	30.4
프랑스	4,647	4.2	5,242	4.8
벨기에/룩셈부르크	1,151	1.0	1,237	1.1
네덜란드	5,248	4.8	4,786	4.3
이탈리아	3,589	3.3	3,664	3.3
영국	5,194	4.7	4,955	4.5
아일랜드	3,492	3.2	3,590	3.3
덴마크	1,907	1.7	1,518	1.4
그리스	74	0.1	94	0.1
스페인	1,381	1.3	1,462	1.3
포르투갈	1,493	1.4	1,339	1.2
스웨덴	822	0.7	837	0.8
오스트리아	3,086	2.8	3,089	2.8
핀란드	1,508	1.4	1,675	1.5
신규 EU가입국가	11,972	10.9	11,278	10.2
노르웨이	161	0.1	164	0.1
스위스	2,887	2.6	3,132	2.8
기타 서유럽국가	857	0.8	902	0.8
러시아	59	0.1	70	0.1
미국	10,705	9.7	10,255	9.3
일본	9,096	8.3	9,887	9.0
중국	12,208	11.1	17,470	15.9
동남아시아(일본, 중국 포함)	38,171	34.7	46,989	42.7
아프리카	478	0.4	519	0.5
라틴아메리카	608	0.6	907	0.8

자료: ZVEI

○ 독일 전자산업은 전통적으로 유럽, 특히 EU국가와 교역이 많으며, 단일 국가로는 중국, 미국, 일본이 가장 큰 수입국임.

○ 최근 들어 정보통신기술, 소비전자 등의 수요가 증가하면서 한국을 포함한 아시아국가로부터의 수입이 지속적으로 증가하고 있음.

○ 2004년 독일의 한국으로부터의 수입비중은 4.6%로 전년대비 무려 43.5%나 증가했음. 한국은 동남아시아국가 중 중국(수입비중 14.3%), 일본(수입비중 9.5%) 다음으로 수입비중이 높고, 수입증가율은 아시아국가 중 가장 높은 것으로 나타남.

다. 향후 시장 전망

○ 독일 전자부품시장은 2005년 하반기의 높은 성장률에 힘입어 2006년에도 호조세를 보일 것으로 예상되며, 2006년 독일 전자부품시장은 5% 성장한 183억 유로를 기록할 것으로 예측되고 있음.

○ 2005년 가장 높은 성장률을 보인 분야는 자동화설비(automation)와 에너지기술이며, 2006년의 경우, 산업전자 및 자동차용 데이터처리기술 수요가 증가함에 따라 반도체 시장은 6% 증가할 전망임.

○ 반면, 비활성 부품은 지속된 생산기지 이전과 가격경쟁 심화, 내수침체로 마이너스 성장이 지속될 것으로 전망됨.

○ PCB시장은 휴대폰, 디지털 카메라 등에 사용되는 연성회로기판의 수요 증가로 아시아국가로부터의 수입이 늘어날 전망임. 2005년 PCB시장은 2.2%의 성장을 기록했으며, 2006년에는 이와 같은 성장세를 유지할 것으로 전망됨.

○ 기존의 주요 수요처였던 산업전자부분에서 향후 자동차용 전자, 정보통신의 수요가 크게 증가할 전망임.

2. 유통구조

○ 독일 전자부품 유통구조는 일반적으로 제조업체로부터 에이전트 또는 디스트리뷰터를 거쳐 실수요자인 전자업체에게 공급됨.

○ 에이전트의 경우, 제조업체와 몇 년간의 계약을 맺으면서 제품을 저렴하게 구입해 이를 실수요자에게 저렴하게 공급하는 장점이 있음.
○ 일반적으로 에이전트가 수입상과 디스트리뷰터의 역할을 하거나 디스트리뷰터가 수입상 역할을 함께 하는 경우가 많음.

○ 디스트리뷰터를 통할 경우, 독일 시장의 특성상 품질보증, AS 및 기술지원이 현지에서 가능한 대형업체를 통한 판매가 증가되고 있음.

○ 그밖에도 제조업체가 바로 실수요자에게 납품하는 경우도 있으나 이와 같은 경우는 점차 감소하는 추세임.

3. 경쟁현황

가. 경쟁 동향

○ 독일 전자산업은 지멘스, Osram, ABB, Bosch, Alcatel, Philips, Alstom 과 같은 대기업이 주로 시장을 주도하고 있음.

○ 지멘스가 약 750억 유로의 매출액으로 동 분야 전체 매출액의 50%가량을 차지하고 있음.

○ 독일의 전자업체는 다국적 기업이 대부분으로 전체 매출액에서 수출비중이 50% 이상을 차지함.

○ 대부분의 독일 전자 제조업체는 최종공급자가 아닌 부품공급자로 주요 고객은 기계, 건설, 자동차 제조업체 등 다양함. 특히, 지멘스는 자동차 산업에 모터와 조정기 수요가 급증하면서 몇 년 전부터 자동화기술 분야에서 선도적인 위치를 고수하고 있음.

○ 전력기술 분야에서는 지멘스와 Alstom, ABB가 세계 최고의 기술력을 자랑하며 세계 시장을 주도하고 있으며, 전력기술 분야의 해외 수요가 꾸준히 증가하고 있음.

○ 한국 업체 중 삼성은 반도체분야에서 매출액 기준, 인텔사 다음으로 2위를 차지하고 있음. 삼성은 2005년 디램과 플래시 칩의 판매 급증으로 세계 5대 기업 중 가장 높은 성장률을 기록했으며, 플래시 메모리 분야에서 시장점유율 약 20%로 1위를 차지하고 있음.

○ 삼성은 소비자용 가전 반도체 분야에서도 가시적인 성장을 보이고 있는데, 2004년에는 약 21억 달러의 판매를 기록해 전년대비 무려 84.2%의 성장률을 보였음. 이에 따라 소비자용 가전 분야에서 6.7%의 시장점유율로 10위에서 4위로 급상승했으며, Top3는 Toshiba, Sony, Matsushita Electric으로 시장점유율은 각각 16.5%, 12%, 8.6%를 기록했음.

○ 최근 수요가 급증하는 NAND 플래시메모리 시장의 경우, 2009년까지 매년 약 32%의 성장률을 보일 것으로 전망되는데, 삼성이 53%의 시장

점유율로 동 분야에서 선두적인 자리를 고수하고 있으며, 다음으로 Toshiba(23%), Hynix(13%), Reneas(7%), Micron(3%), Infineon과 STMicroelelctronics가 각각 2%로 뒤를 잇고 있음. 가장 높은 성장률을 보인 업체는 Micron으로 2004년 2,875%의 성장률을 기록했음.

○ 삼성의 성장은 메모리 분야의 수요증가에 따른 매출액 증가에 기인한 것인데, 주로 디지털 TV, 디지털 셋톱박스, 디지털 카메라, MP3 플레이어 등에 사용되는 logic ICs 매출액이 무려 116%나 증가했음.

나. 가격 동향

○ 독일 전자부품 가격은 매년 하락세를 보이고 있으며, 2005년 하반기의 경우 전자부품가격이 전년대비 3% 하락했음. 2005년 3, 4분기는 각각 1.1%, 2.2% 하락해 1, 2분기에 4.7%, 3.9% 하락한데 비해 호조세를 보이고 있으며, 이는 무엇보다 소비자용 전자제품 분야의 수요 증가에 기인함.

○ 2006년에는 평균적으로 전년보다 다소 낮은 가격 하락이 예상되고 있는데, 가장 가격 안정세를 보이는 분야는 NAND 메모리로 2005년 4분기에 0.2% 하락한 바 있음. NOR 메모리 분야도 안정세를 보이고 있는데, 2005년 1분기에 6.6%, 3분기 4.3%에서 4분기에는 0.7%의 하락세를 보였음. 반면, PCB 는 원자재 가격상승과 수요증가로 인한 가격상승이 예상됨.

○ 반도체의 가격은 시장 수요와 기술 및 경향의 변동에 따라 급속하게 변하기 때문에 일반적인 특정 가격을 말하는 것은 무리이며, 독일 반도체 업체들의 매출이나 수익은 유로-달러 환율에 큰 영향을 받음.

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도

□ 폐전자제품 수거등록 의무

○ 유럽차원에서 시행되고 있는 폐전기전자제품 처리지침인 WEEE(Waste of Electric and Electronic Equipment)에 의해 폐전자제품 수거 및 처리가 의무화되고 있음. 이에 따라 전자제품 제조 및 수입업체는 폐전자제품 수거 관련 환경기관인 EAR(Stiftung elektronialtegrate register)에 등록을 의무화하고 있으며, 등록하지 않은 업체는 제품 시중 판매를 금지시키고 있음.

□유해물질 사용제한 지침

○ 전자부품에 대한 비관세 장벽으로는 유럽연합국에서 적용되는 환경규제 법규 RoHS(Restriction of the use of certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment: 전기전자제품의 유해물질 사용금지)가 있음.

○ RoHS는 전기전자제품의 유해물질 사용금지 관련 법규로 이에 따라 전자제품에 납, 카드뮴 등 기타 광물질과 같은 인체에 유해한 위험성분이 포함된 부품이 들어갈 경우 수입을 금지시키고 있음.

나. 주요 인증제도

○ 독일은 자유무역을 추구하고 있어 수입허가나 인증에 대한 제한이 거

의 없는 편이지만, 국민건강, 안전, 환경보호 차원에서는 수입규제 및 인증을 요함.

□ ISO 9000시리즈

○ 독일의 상당부분의 업체들이 품질관리를 위해 품질경영 및 품질보증의 국제 품질규격을 의미하는 ISO 9000, 9001, 9004, 19011인증 획득을 원하고 있으며, 이는 제품과 서비스의 자유로운 유통을 위해 필수임.

□ISO 14000시리즈

○ ISO 14000시리즈는 국제 표준화 규격의 통칭으로 기업 활동 전반에 걸친 환경경영 체제를 평가하여 객관적으로 인증하는 제도임.

○ 환경에 대한 중요성이 더해지면서 선진국에서는 환경보전을 위한 각종 제도가 활발히 진행되고 있으며, 이에 따라 국제환경경영 규격인 ISO 14000시리즈의 인증 획득을 요구하는 업체가 증가하고 있음.

체 코

1. 산업 개요

가. 시장 동향 및 특성

□ 생산 및 수요 동향

○ 2004년 기준, 전자산업 생산규모는 4조 크라운(약 155억 달러)을 넘어 전년대비 33% 증가를 기록했으며, 총 체코 생산액 대비 약 15%를 기록했음.

○ 전자산업 관련 기업은 약 450개 정도이며, 2004년 전자분야 고용규모는 192,306명으로 전년대비 5% 증가에 그쳤으나, 컴퓨터 장비 분야에서는 2004년 고용규모가 전년대비 16% 증가를 보였음

<전자제품 생산 동향>

(단위: 백만 크라운, 명)

구분	2001년		2002년		2003년		2004년	
	매출액	고용규모	매출액	고용규모	매출액	고용규모	매출액	고용규모
계측 및 조절 장비	32,831	31,525	35,607	30,273	32,367	31,743	35,027	31,207
컴퓨터 장비	26,098	6,355	64,178	8,648	76,511	8,419	116,834	9,786
전기장비 및 기계	122,143	115,047	117,203	109,977	126,159	110,022	158,518	115,254
통신장비	20,147	9,144	25,090	9,163	33,976	9,304	44,606	10,137
가전제품	16,798	7,370	23,320	6,354	15,320	5,142	23,643	5,662
전자부품	17,589	19,042	17,713	17,618	23,329	18,354	28,470	20,260
총계	235,606	188,483	283,111	182,033	307,662	182,984	407,098	192,306

자료: 산업무역부

주: 평균환율: 1US$ = CZK38.04 ('01)/32.74 ('02)/28.23 ('03)/25.7 ('04)

○ 전자부품의 경우도 전자산업과 마찬가지로 생산 규모 및 고용 규모가 꾸준한 증가세를 보이고 있음. '04년 기준 전자부품 생산 규모는 284억 크라운(약 11억달러), 고용 규모는 약 20만명에 이르고 있음. 전자부품 생산액은 총 전자산업 생산량 대비 약 7%를 차지하고 있음.

<전자제품 수요 동향>

(단위: 백만 크라운, %)

구분	2001년		2002년		2003년		2004년	
	소비액	증가율	소비액	증가율	소비액	증가율	소비액	증가율
계측 및 조절 장비	46,358	105.4	45,707	98.6	45,195	98.9	42,205	93.4
컴퓨터 장비	65,139	133.4	71,756	110.2	70,756	98.3	117,547	166.6
전기장비 및 기계	123,386	108.4	108,618	88.0	116,421	107.2	144,794	124.4
통신장비	47,187	129.2	37,852	80.2	25,045	66.1	35,177	140.4
가전제품	27,034	135.9	18,947	70.0	23,949	126.3	18,970	79.2
전자부품	90,121	139.1	66,346	73.6	68,321	102.9	69,624	101.9
총계	399,225	121.7	349,226	87.4	349,687	100.1	428,317	122.4

자료: 산업무역부

주: 평균환율: 1US$ = CZK38.04 ('01)/32.74 ('02)/28.23 ('03)/25.7 ('04)

○ 2004년 기준 소비는 4조 크라운(약 155억달러)을 넘어 2001년 대비 약 7% 증가세를 기록했으며, 특히 전기장비 및 컴퓨터 분야에서 가장 높은 증가세를 기록했음. 이는 다른 EU 국가들과 마찬가지로 모든 산업 분야에 IT 및 통신장비가 도입되고 있기 때문임.

○ 전자부품 내수시장은 대체적으로 선진국에서 수입된 제품을 현지 수입/도매 업체들이 공급하고 있으며 체코 업체들이 생산하는 제품 대부분은 외국으로 수출되고 있음.

□ 시장 특성

○ 1990년대부터 특히 외국인 투자 프로젝트를 통해 체코 전자산업 규모는 꾸준한 증가세를 기록하고 있음. 전자산업 외국인 투자금액은 2004년 기준 약 30억달러를 기록해 자동차분야에 이어 2위를 기록한 바 있음. 전자산업 투자액은 총 투자액 대비 약 25%를 차지하고 있으며, 특히 컴퓨터 장비투자가 가장 많은 비중을 차지하고 있음. 2004년 EU가입 이후 체코 전자산업에서 수출 및 국내 수요가 지속적으로 증가하고 있음.

○ 체코 전자산업의 주요 특징으로는 생산업체간 보완성을 유지하고 있어 경쟁력을 극대화하고 있다는 점과, 생산 및 조립을 위해 다수의 전자부품이 수입되고 있고, 다국적기업 자본 및 신기술 도입이 촉진되고, 다국적 운송 서비스 이용이 활성화되고 있는 점 등을 들 수 있음.

○ 역사적으로 전기장비 및 기계생산 분야가 체코 전자 산업의 50% 이상을 차지하고 있었으나 컴퓨터 생산량이 증가함에 따라 전기장비 및 기계생산 비중은 약 38%로 감소되었음. 전기장비 및 기계 분야의 주요 생산 품목은 전기 원동기, 발전기 및 변압기, 전기 분배 장치 및 개폐기, 케이블 등임.

○ 최근 외국인 투자가 주로 자동차분야의 전자부품 생산에 집중되고 있으며 생산 제품은 EU, 남미 및 아시아로 수출되고 있음. 전기 장비 및 기계를 생산하는 업체 대부분이 민영화되어 많은 외국 자본이 유입되었으나, 소규모 업체들은 아직도 영세한 수준임. 전기장비 및 기계생산 분야는 총 전자 산업 고용규모에서 약 60%를 차지하고 있음.

○ 컴퓨터 장비 생산 분야는 1990년대 들어 빠른 속도로 발전하기 시작하여 특히 2001년~2002년 사이 실행된 외국인 투자 프로젝트를 통해 생산규모 및 업종이 크게 증가하였음.

- 최초 프로젝트 참가업체는 대만 컴퓨터 생산업체인 FCI사 및 Hon Hai Precision 사임.

- 체코에서 생산된 컴퓨터 장비 대부분은 전 세계 시장으로 수출되고 있으며 컴퓨터 장비 생산은 총 전자 생산 부문에서 2004년에 28%를 기록하였고, 이는 2001년 대비 약 2배 증가한 수치임. 고용규모면에서 컴퓨터 장비 생산 분야는 총 전자산업 고용인원 대비 약 5%를 기록하였으며 이 분야는 지속적으로 무역 흑자를 보이고 있음.

○ 전자부품, 통신장비 및 가전제품 분야도 1990년대부터 민영화가 되기 시작하여 생산 설비가 현대화되고 있음.

- 1990년대에 거의 없어진 TV 생산이 최근 들어 많은 증가를 보이고 있으며, 중요한 외국인 투자 프로젝트로 디스플레이 생산 업체인 Panasonic과 Philips 사 공장설립을 들 수 있음. 이 분야는 총 전자산업 생산액에서 24%를 차지하고 있으며 이 중 전자부품 24%, 통신장비 47%, 가전제품이 29% 의 비중을 기록했음.

- 전자산업 고용규모면에서 전자부품, 통신 장비 및 가전제품 생산이 19%를 차지했으나 무역수지는 장기적인 적자를 보이고 있음.

- 계측장비 분야는 민영화 과정 및 구조 조정 과정을 겪었으나 다른 분야보다 외국 자본 유입이 상대적으로 많지 않은 부문임. 전자산업 생산규모면에서 계측장비 생산액은 약 9%를 차지하고 있으나 점치 감소되고 있는 추세임.

나. 수출입 동향

□ 전자제품 수출동향

○ 전자제품 수출액은 체코 총 수출액 대비 16%를 차지하고 있으며, 수출 품목으로는 전기장비 및 기계가 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 수출 대상 국가로는 독일이 1위를 차지하고 있는데 지리적 인접성과 더불어 체코 내에 독일 전기·전자기업 지사가 많기 때문임.

<전자제품 수출현황>

(단위: 백만 크라운, %)

구분	2001년		2002년		2003년		2004년	
	수출액	증가율	수출액	증가율	수출액	증가율	수출액	증가율
측정 및 조절 장비	18,050	121.4	18,000	99.7	21,695	120.5	30,398	140.1
컴퓨터 장비	39,359	199.7	77,894	197.9	86,972	111.7	101,970	117.2
전기 장비 및 기계	115,527	113.6	108,185	93.6	120,640	111.5	151,636	125.7
통신 장비	17,280	286.3	16,655	96.3	22,350	134.1	22,480	100.5
기전제품	27,060	179.8	21,663	80.0	19,843	91.5	49,584	249.8
전자부품	28,778	85.7	29,821	103.6	26,779	89.7	35,857	133.8
총계	246,054	128.8	272,218	110.6	298,279	109.5	391,925	131.3

자료: 산업무역부

주: 평균환율 - 1US$ = CZK38.04 ('01)/32.74 ('02)/28.23 ('03)/25.7 ('04)

□ 전자제품 수입동향

○ 2004년 총 수입액은 3,800억 크라운(약 148억 달러)에 달하였으며, 2002년 소폭감소 이후 지속적으로 증가되고 있음.

○ 전기장비 및 기계분야에서 가장 많은 수입이 기록되고 있으며, 자동차, 가전제품 생산, 운송업 분야에서 필요한 전자부품, 통신장비 및 계측장

비 수입이 많아 무역수지는 계속 적자를 기록했으나, 2004년에 최초로 전자제품 분야에서 무역수지 흑자를 기록했음.

<전자제품 수입현황>

(단위: 백만 크라운, %)

구분	2001년		2002년		2003년		2004년	
	수입액	증가율	수입액	증가율	수입액	증가율	수입액	증가율
측정 및 조절 장비	36,696	109.8	35,928	97.9	38,360	106.8	41,728	108.8
컴퓨터 장비	64,262	145.3	71,229	110.8	69,456	97.5	85,034	122.4
전기 장비 및 기계	103,506	117.6	88,450	85.5	97,724	110.5	121,353	124.2
통신 장비	22,067	79.1	19,378	87.8	22,205	114.5	24,888	112.0
가전제품	20,589	111.6	17,369	84.3	22,458	129.2	35,929	159.9
전자부품	57,611	132.1	64,015	111.1	67,065	104.7	71,580	106.7
총계	304,731	119.2	296,369	97.2	317,268	107.0	380,512	119.9

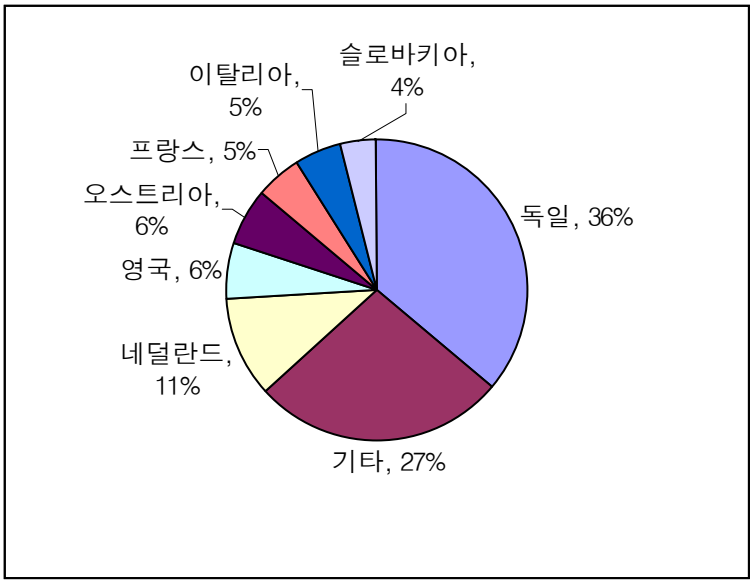
자료: 산업무역부

주: 평균환율 - 1US$ = CZK38.04 ('01)/32.74 ('02)/28.23 ('03)/25.7 ('04)>

○ 체코 전자제품 수출의 93%는 EU 국가 시장에 수출되고 있으며 수입의 경우에도 54%가 EU 국가에서 수입되고 있음. 수입에서 컴퓨터 조립을 위한 전자부품 수입이 주도적인 역할을 하고 있음.

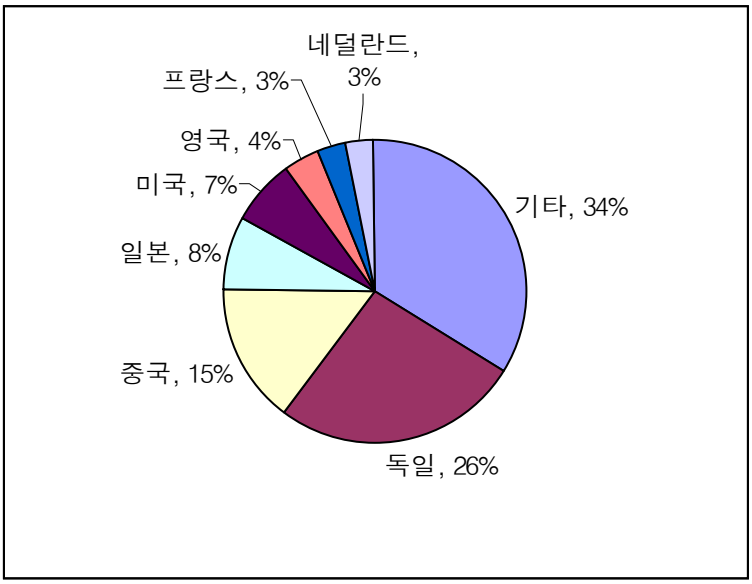
○ 주요 수출 대상국은 독일, 네덜란드, 영국 등이며, 수입대상국은 EU국가 이외에 중국, 일본, 미국 등임.

<2004년 국가별 수출 현황>



자료: EIA

<2004년 국가별 수입 현황>



자료: EIA

□ 주요 품목별 및 국가별 수입동향

① 직접회로 (HS: 8542)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
네덜란드	-	-	210,363	716,141
말레이시아	197,862	322,537	-	-
독일	85,726	114,485	125,950	144,285
미국	83,093	99,867	129,776	140,347
한국	106,606	94,103	94,364	43,280
총 수입액	1,253,091	1,539,628	1,617,136	1,699,191

자료: 통계청

② 전자관, 브라운관 (HS: 8540)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
독일	113,196	165,527	199,110	116,064
슬로바키아	7,723	26,626	47,464	27,660
폴란드	6,397	19,056	-	-
네덜란드	-	-	23,959	17,010
한국	464	956	1,962	1,479
총 수입액	211,892	262,731	329,135	192,452

자료: 통계청

③ PCB (HS: 8534)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
독일	91,231	125,143	127,470	132,057
일본	5,830	23,626	29,775	25,459
중국	9,332	20,468	26,595	40,332
한국	1,263	871	1,645	1,598
총 수입액	164,214	243,765	297,498	327,732

자료: 통계청

④ 콘덴서 (HS: 8532)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
영국	68,703	50,437	102,614	38,084
독일	29,661	31,345	33,135	23,548
일본	20,380	16,293	33,827	27,232
한국	1,146	1,079	1,186	853
총 수입액	164,811	142,734	272,466	309,690

자료: 통계청

⑤ 반도체 (HS: 8541)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
독일	1,180	1,735	2,380	3,361
미국	627	1,195	n/a	n/a
일본	n/a	n/a	2,909	2,326
말레이시아	1,136	1,152	1,386	1,099
한국	102	96	104	41
총 수입액	7,993	8,383	12,986	11,267

자료: 통계청

⑥ 저항기 (HS: 8533)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
독일	2,459	2,676	4,883	3,291
오스트리아	815	1,310	195	102
프랑스	186	481	925	2,325
한국	48	16	13	11
총 수입액	4,757	6,022	7,614	7,983

자료: 체코 통계청

⑦ LCD (HS: 90138020)

(단위: 천달러)

국가	2002년	2003년	2004년	2005년
일본	50	531	1033	32
대만	2	514	n/a	n/a
독일	34	402	606	361
중국	n/a	n/a	272	43
한국	42	171	210	38
총 수입액	179	1,898	2,150	787

자료: 체코 통계청

다. 향후 시장 전망

○ 전자산업에 대한 외국인 투자 프로젝트가 지속될 전망이며, 신규 프로젝트 이외에 기존 기업 확대 및 Panasonic, ON Semiconductor사 등의 고도 기술센터 설립이 계획되어 있음.

○ 계속되는 투자와 공장 설립에 따라 전자부품 수입액이 증가할 것으로 예상되며, 특히 아시아산 부품에 대한 수입 수요가 증가할 것으로 전망됨.

○ 특히 최근에 시작된 디지털방송, 무선통신 기술 발달 및 고속인터넷 서비스 보편화와 관련하여 통신장비, 가전제품(특히 DVD, MP3, LCD TV) 및 컴퓨터 장비 분야의 수요가 계속 증가할 것으로 전망됨.

2. 유통구조

□ 현지 유통구조는 크게 5가지로 되어 있음.

① 생산업체 → 전자부품 수입/도매업체 → 소매/end user

- 수입/도매업체의 경우, 의사결정시 가격을 주요 요인으로 고려하고 있으며, 생산업체, 자세한 제품정보, 판매 전략, 지불, 납품조건 및 기간, 가격표가 포함된 세밀한 정보 제공이 필요함.

② 생산업체 → 브랜드 대리점 → 전자제품 소매/end user(가전제품 주요 유통구조임)

③ 생산업체 → 전자제품 체인점 → end user

- 한국산 전자제품 현지 수입상 Hestia CZ 담당자(Mr. Chrobok)에 따르면 체인점에 공급을 희망하는 업체가 많아 입찰과정이 복잡하고 시간도 상당히 소요되는 관계로 입찰신청서 제출 후 구매담당자와 상담이 필요하다고함.

- 서면 오퍼도 마케팅 전략을 포함한 아주 구체적이고 세밀해야 하며, 체인점에 공급하기 위해 현지 지사를 설립하거나 현지 수입/도매상과 딜러 관계를 맺는 방법이 가장 바람직한데, 이는 대부분의 체인점이 현지 창고 운영을 요구하기 때문임.

④ 생산업체 → 이동/유선 서비스업자, 인터넷 서비스업자 → end user (통신 장비 주요 유통 구조임)

⑤ 생산업체 → 수입업체 → 전자제품 e-shop(www.ezk.cz, www.conrad.cz, www.hadex.cz) (수동/능동 부품 주요 유통 구조임)

3. 경쟁현황

가. 경쟁 동향

○ 체코업체 중 규모가 비교적 큰 PCB 생산업체로는 PCB Benesov(www.pcb-benesov.cz), Mesit PCB(www.pcb.mesit.cz), Hokami(www.hokami.cz), MEV(www.mev.cz), Pragoboard(www.pragoboard.cz), Cemebo(www.cemebo. cz) 등이 있으나, 이 기업들은 주로 소량 및 단면 PCB를 생산하고 있으며 대량의 수요가 발생할 경우 주로 아시아 국가들로부터 수입하고 있음. 따라서 현지에 다수의 생산업체가 있음에도 불구하고 PCB 수입이 계속 증가하는 추세를 보이고 있음.

○ 현지 전자산업 분야에서 가장 유명한 Tesla사를 인수하여 설립한 ON Semiconductor CHC(www.onsemi.cz)사는 직접회로 및 IO 반도체 시장에서 주도적인 역할을 하고 있음. 주요 고객은 통신산업(Celestica, Motorola) 및 자동차 분야(TRW, Siemens Automotive)의 생산 업체임.

○ 현지에서 규모가 큰 반도체 생산업체인 Polovodice(www.polovodice.cz)사는 체코 업체이며 동사의 주요 고객은 운송업 및 교통수단 생산 업체임(Skoda, CKD, Ceske drahy).

○ 벨기에 반도체 및 직접회로 생산 업체인 AMI Semiconductor(www.amis.com)사가 체코에 지사 및 연구소를 운영하고 있으며 동 업체 모든 생산품이 벨기에에 재수출되고 있음.

○ 체코 CRT 디스플레이 생산 기업으로는 네덜란드 Philips사와 한국 LG전자가 2000년 합작하여 설립한 LG Philips Displays(www.lgphilips-displays.cz)사 및 체코 업체인 TCT(www.tcats.cz)사가 있으며 이 생산업체들의 생산품은 모두 수출되고 있음.

○ LCD 디스플레이 유일한 생산 업체로는 독일 투자 기업인 Optrex Czech(www.optrex.cz)사가 있으며, 주로 통신 및 자동차 산업에 제품을 공급하고 있음.

○ 콘덴서 생산업체로는 AVX Czech Republic(www.avxcorp.com)사, 체코에서 5개의 공장을 운영하는 Vishay Electronic(www.vishay.com)사 및 AEG components(www.aeg-components.cz)사가 있으며 이들의 생산품은 해외시장을 겨냥하고 있음.

○ 직접회로 생산 업체로는 원래 PCB 생산에 집중해 온 ASICentrum (www.asicentrum.cz)사가 있으며 기타 전자부품 생산기업으로는 Egston System Electronic(www.egston.com), Tesla Jihlava(www.teslaji.cz), 저항기 생산 업체 Tesla Blatna(www.tesla-blatna.cz), Eker(www.epig.com), 커넥터 생산 업체 EPT connector(www.ept.cz), 수동부품 생산 업체 Elektronicke soucastky(www.es-ostrava.cz)사 등 주로 다국적 기업이 체코 시장에서 활동하고 있음.

나. 가격 동향

□ 전자산업 분야별 가격 증가율

<가격 증가율>

(단위: %)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년
계측 및 조절 장비	101.3	97.9	100.8	98.4
전기장비 및 기계	101.2	99.6	98.5	100.6
통신장비	100.1	103.9	101.5	100.0
기전제품	104.0	91.7	100.1	99.8
전자부품	100.3	100.4	100.4	88.9

자료: 산업무역부

□ 주요 판매업체별 소매가격(부가세 19% 및 도매상 마진 25~30%정도 포함).

① LCD 모니터

<제품별 가격(1)>

제품명	가격 (USD)
Hyundai IQ B70A	274
Philips 170B6CS	316
Philips 190S6FS	315
Sony HX95B 19"	703
Samsung LCD 19"	448
Philips 190B6CS	418
Hyundai IQ L17T	369

자료: COMPUTERWEB

<제품별 가격(2)>

제품명	가격 (USD)
Benq T705 17"	235
Philips 170B6CS 17"	308
Philips 190S6FG 19"	322
Philips 190S6FS 19"	310
Philips 170S6FS 17"	243
Hyundai B70A17"	269
A<W M179D 17"	297

자료: Alzasoft, a.s.

② CRT 모니터

<제품별 가격>

제품명	가격 (USD)
Samsung SyncMaster 793S 17"	140
Hyundai ImageQuest Q770 17"	140
ViewSonic E70f+ SB-flat 17"	149
Philips 107 S61-SM real flat 17"	149
Samsung SyncMaster 793DF 17"	153
Samsung SyncMaster 794MB 17"	154
Samsung SyncMaster 796MB 17"	161

자료: Digidy s.r.o.

③ 수동 부품 및 반도체 부품

<다이오드 가격>

제품명	종류	가격 (USD)
1N4148	100V, 0.15A, DO35	0.04
1N4007	1000V, 1A, DO41	0.03
SM4007 SMD	SMD, 1000V, 1A, MELF	0.10
P600G	400V, 6A, P6	0.24
KYZ79	400V, 20A, D13	2.50
BYT30P-1000	1000V, 30A, 165ns, SOD93	10.4
1N5822	SCHOTTKY, 40V, 3A, DO201	0.27
MBR1060/PBYR1060	SCHOTTKY, 60V, 10A, DO220	0.83
BYW29E-200	200V, 8A, 20ns, DO220	0.75

자료: EZK

<TV 직접회로 가격>

제품명	종류	가격 (USD)
TEA2014A	DIL8	1.3
TDA8145	DIL8	2.0
TDA7000	DIL18	2.1
TDA3654	SIP9	2.6
TDA1675A	MULTIW15	4.1

자료: EZK

<트랜지스터 가격>

제품명	종류	가격 (USD)
2N3904	N, 60V, 0.2A, 0.6W, TO92	0.06
BC879 80V	1A 0.83W npn Darling+dio h21=1000, TO92	0.38
BC847B SMD	SMD, N, 45V, 100mA, 0.25W, SOT23	0.06
BDP955 SMD	SMD, N, 120V, 3A, 3W, SOT223	0.62
BD139-10	N, 80V, 1.5A, 12.5W, TO126	0.32
2SA1943-HIFI	P, 230V, 15A, 150W, TO3P	2.90
MJ15024	N, 250V, 16A, 250W, TO3	4.50
BSS138	SMD, N-FET, 50V, 220mA, 0.36W, SOT23	0.13

자료: EZK

<저항기 가격>

제품명	종류	가격 (USD)
0.5W	R204 3R3	0.03
1W	TR1W 1MO	0.04
2W	UR001 56R	0.16
3W	TR277 100R	0.38
5W	KR112 15R	0.19

자료: EZK

<마이크로 프로세서 집적회로 가격>

제품명	종류	가격 (USD)
SN75176BD SMD	RS485, SO8	0.62
89C2051-24PI	PEROM 2k, DIL20	1.60
PIC16C54-XT/SO	8 bit CMOS microcontroller, EPROM (OTP) 512 x 12 bytes, RAM 25 bytes, 12 output., SO18	4.90
PIC16C71/JW	8 bit CMOS microcontroller, EPROM (OTP) 1k x 14 bytes, RAM 36 bytes, 13output. CDIP18W	19.5
PIC16LC84-04/SO	8 bit CMOS microcontroller, EPROM (OTP) 1k x 14 bytes, RAM 36 bytes, 13 output, SO18	12.5

자료: EZK

<마이크로 프로세서 집적회로 가격>

콘덴서	종류	가격 (USD)
Electrolytic radial	ELRS M1/63V	0.05
Electrolytic radial	ELRA 10000M/100V	8.30
Film axial MKT	MKT209 2n2 1000V	0.25
Film axial MKT	MKT205 22M 100V	4.20
Film radial	MKS2/63V 10n/J RM5	0.10
Film radial	CFM 22M 63V	4.60
Ceramic - TK	TK 1p0/50V Z5U RM5	0.03
Tantalum	TANTAL 1M/35V	0.16

자료: EZK

③ 수동 부품 및 반도체 부품

<PCB 가격>

제품명	가격 (USD)
Tablet for two integrated circuits	2.30
Tablet for four integrated circuits	3.80
euro-tablet 100 x 160 mm RM5	3.80
euro-tablet 100 x 160 mm DIN 41612	4.80
Epoxy resin one sided 100 x 100mm	1.50

자료: FK technics, s.r.o.

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도

□ 품목별 수입관세

HS code	품목	수입관세 (%)	부가세(%)
8532	콘덴서	0	19
8533	저항기	0	19
8534	PCB	0	19
8540	전자관, 브라운관		19
-854011		14	
-854020		2.7	
-854040		2.6	
-854050		2.6	
-854060		2.6	
-854071		2.7	
-854081		2.7	
-854091		2.7	
8541	반도체	0	19
8542	직접회로	0	19
9013	TFT, LCD		19
-901310		4.7	
-901320		4.7	
-90138020		0	
-90138090		4.7	
-90139010		0	
-90139090		4.7	

자료: 관세청

나. 주요 인증제도

□ 강제 인증제도

○ EU 법에 따라 제품이 체코 시장으로 도입되기 전에 '적합성 선언' 인증서를 획득할 의무가 있으며 CE 마크 부착이 필수 요건임.

CE 마크 발급 및 실험기관

○ Institut pro testovani a certifikaci (시험 및 인증기관)
주소: Tr. T. Bati 299, 764 21, Zlin, Czech Republic
전화: (420) 577 601 299
팩스: (420) 577 104 855
웹사이트: www.itczlin.cz
메일: qscert@itczlin.cz

○ Elektrotechnicky Zkusebni Ustav (전기 기술 시험 기관)
주소: Pod Lisem 129, Praha 7, 171 02, Czech Republic
전화: (420) 266 104 111
팩스: (420) 284 680 037
웹사이트: www.ezu.cz
메일: pkudrna@ezu.cz

○ TESTCOM
주소: Hvozdanska 3, 148 00 Praha 4, Czech Republic
전화: (420) 271 192 111
팩스: (420) 272 934 560

웹사이트: www.testcom.cz
메일: info@testcom.cz

○ Electrotechnical Testing Institute
주소: Pod Lisem 129, 171 02 Praha 8, Czech Republic
전화: (420) 266 410 074
팩스: (420) 266 410 037
웹사이트: www.ezu.cz
메일: vvotruba@ezu.cz

○ VTU PV Vyskov
주소: V. Nejedleho 691, 682 03 Vyskov, Czech Republic
전화: (420) 517 303 630
팩스: (420) 517 303 105
웹사이트: www.vtupv.cz
메일: obchod@vtupv.cz

□ 자율규제제도

○ ESC 마크

- 1926년부터 실시된 제도로서 '제품의 전기 기능이 체코 안전성 규격과 적합하다'는 것을 인증하는 체코 고유 마크임.

- 1997년까지 전기 및 전자 제품을 위해 유일한 강제 규격제도의 역할을 해왔으며, 1997년 CE마크 적합성 모듈이 도입된 후 자율규제제도로 남아 있음. ESC마크 획득은 자율적이나 인증을 받을 경우 제품 안전성에 대한 인정도가 높아져 시장진출에 도움이 될 수 있음.

- 적용대상 품목
  · 자동차 전기 및 조명 시스템
  · 전기 기계 및 장비
  · 전기 조명 및 램프
  · 전기 화학의 전류 발전기
  · 전기 배선의 부품 및 장치
  · 승강기
  · 케이블 및 도체
  · 사무용 장비
  · 의료용 장비
  · 측정 장비
  · 안전 및 정지 장치, 개폐기
  · 자동화용 장치
  · 가전용 및 상업용 전자 제품
  · 전기 소비재 등

- ESC 마크 주관 기관
  · Ministerstvo obchodu a prumyslu (산업무역부)
  · Urad pro technickou normalizaci, metrologii a statni zkusebnictvi (기술 표준화, 도량형 및 국가 시험 부서)

- ESC 마크 시험 기관
  · Elektrotechnicky Zkusebni Ustav (전기 기술 시험 기관)

제 Ⅲ 장

디지털 전자 진출 유망 시장 동향

덴마크

1. 시장 개요

가. 시장 특성 및 동향

□ 개요

○ 덴마크의 디지털전자시장은 제품 트렌드나 브랜드의 시장 점유율에서 EU 시장과 밀접하게 움직이고 있음.

○ 중국 등 저가의 공급선들이 시장에 속속 진입하고 HD TV 등 기술적으로 진보된 제품에 대한 수요가 증가하는 등 디지털 전자 시장은 빠르게 변화하고 있음.

□ 생산 및 수요 동향

○ 덴마크는 아직도 일부 전자제품을 생산하고는 있지만 오래전부터 주로 수입에 의존해 왔음.

○ 덴마크에서 생산이 되고 있는 소비자 가전제품의 종류는 소수 품목에 한하며, 주요 품목은 DVD, TV, 전화기 등임.

- TV를 생산하는 업체로는 디자인으로 유명한 Bang & Olufsen이 있으며 DVD 플레이이어는 KISS사에서 제조되고 있음.
- 과거 Siemens가 덴마크 내에서 핸드폰을 제조했었으나 생산시설을 해외로 옮긴바 있음.

○ 한편, 최근 전자제품 판매 업체들간의 경쟁이 수입을 더욱 확대시키고 있음.

- 최근 덴마크 경기 호황에 따른 소비자의 소비지출이 증가하고 있는데 디지털전자제품은 가장 큰 수혜를 누리고 있는 부문임.

○ 다음 표는 최근 3년간 주요 전자제품(디지털전자제품 포함)의 시장수요 및 규모를 나타내고 있음.

- 비쥬얼 전자제품의 경우, 플라즈마/LCD 제품이 전체 시장의 45%를 차지하고 있으며, 디지털 카메라가 24%를 차지함. 오디오 전자제품에서는 MP3플레이어가 50만대 판매로 눈에 띄는 제품임.

<최근 3년간 비쥬얼 전자제품의 시장 규모>

(단위 : 천대, 백만 DKK)

	2003		2004		2005	
	판매대수	시장규모	판매대수	시장규모	판매대수	시장규모
컬러 TV 4:3	185	490	160	387	90	215
컬러 TV 16:9	135	870	150	740	90	263
플라즈마/ LCD	20	423	60	1,075	200	2,286
DVD 플레이어	420	383	410	333	400	150
DVD/비디오 콤보	-	-	-	-	130	122
DVD레코더/HD	0	0	60	167	120	316
홈씨네마	65	218	85	235	100	219
비디오	180	182	75	68	40	25
디지털 캠코더	40	270	50	248	60	273
아날로그 캠코더	8	25	4	13	2.5	6
디지털 카메라	320	972	500	1,283	500	1,235
비주얼 소계	-	3,833	-	4,549	-	5,110

자료 : The Association od Consumers Electronics, BFE (www.bfe.dk)
주1: 시장규모는 부가세 포함 소매가 기준
주2: 연평균환율(DKK/USD) : 6.59('03), 5.99('04), 6,00('05)

<최근 3년간 오디오 전자제품의 시장 규모>

(단위 : 천대, 백만 DKK)

		2003		2004		2005	
		판매대수	시장규모	판매대수	시장규모	판매대수	시장규모
일반	라디오 (DAB제외)	30	89	30	79	25	48
	DAB 수신기	-	-	-	-	5	16
	오디오 (DAB제외)	111	313	110	307	80	198
	DAB 오디오	-	-	-	-	10	55
	CD 플레이어	9	11	5	10	3	5
	스피커	140	366	140	387	140	461
휴대용	라디오	70	18	70	22	30	10
	카세트라디오	90	59	90	53	60	35
	DAB 라디오	-	-	-	-	85	46
	카세트 레코더	40	11	30	8	15	5
	Mini Disc	16	28	-	-	-	-
	CD 플레이어	60	33	55	25	15	5
	MP3 플레이어	85	69	250	212	500	319
오디오 소계		-	997	-	1,103	-	1,203

자료 : The Association od Consumers Electronics, BFE (www.bfe.dk)

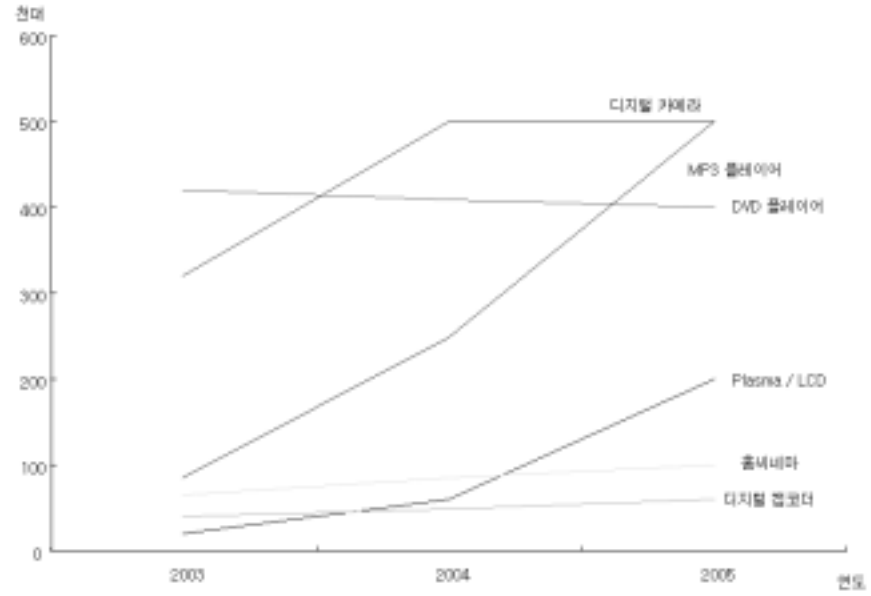
주1: 시장규모는 부가세 포함 소매가 기준

주2: 연평균환율(DKK/USD) : 6.59('03), 5.99('04), 6,00('05)

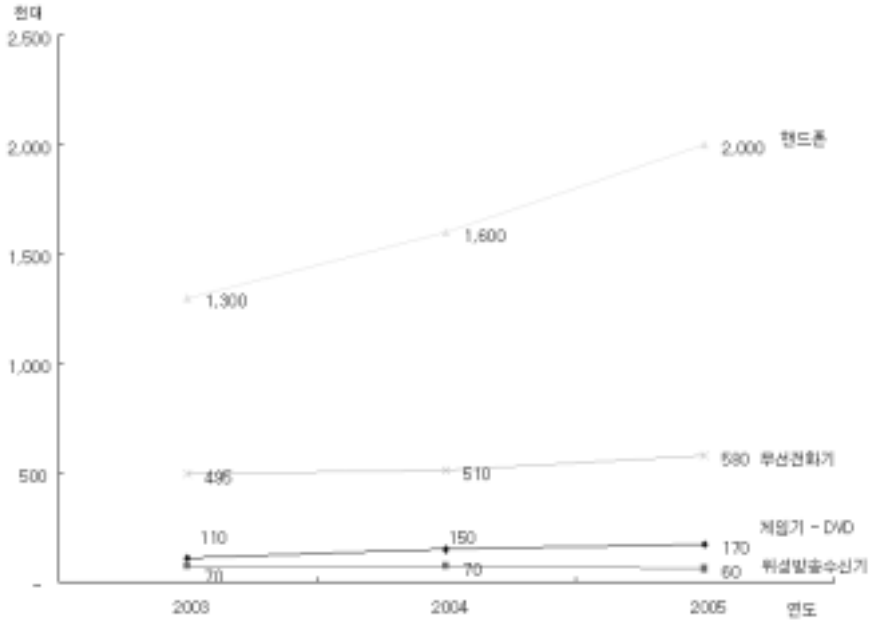
○ 주요 디지털전자제품의 덴마크 내 판매 추세를 살펴보면, 디지털가전제품 중 MP3 플레이어, PDP/LCD TV가 가파른 시장 성장세를 보이고 있으며 디지털카메라 및 홈씨어터도 꾸준히 판매되고 있음.

○ 오디오/비쥬얼 관련 제품 외에 덴마크에서 많이 판매되고 있는 디지털 가전제품은 게임기기(DVD), 위성수신기, 핸드폰 등이 있으며, 지난 3년간 핸드폰이 눈에 띄는 성장세를 보였음.

<주요 비쥬얼/오디오 관련 전자제품 판매대수>



<기타 디지털 전자제품 판매대수>



□ 시장 특성

○ 덴마크 디지털전자제품 시장은 기술적 진보를 빠르게 받아들이고 있으며 이에 따른 성장세를 지속하고 있음.

- 유선전화기는 핸드폰으로, 일반 TV는 PDP/LCD TV 등 평면TV로 대체되고 있으며, 비디오는 DVD로, 휴대용 음악재생기 중에는 MP3가 시장에서 대세를 이루고 있음.

○ 또 다른 시장 특성은 기술적 진보와 심한 시장경쟁상황으로 발생된 소비자 가격의 하락을 꼽을 수 있음.

- 아날로그 TV에서 디지털 TV로 세대가 교체되는 것과 같이 신제품이 출시되고 제품이 진보되면서 가격은 점차 하락하며 제품의 세대교체가 이루어지면서 또 다음 세대의 제품이 출시되고 있음.

- 예를 들어 MP3 플레이어의 경우, 기존의 휴대용 음악재생기를 대체하고 현재는 신모델의 제품이 출시되어도 가격은 더 싸게 판매되고 있으며 조만간 MP4 플레이어가 시장을 대체할 것임.

○ 마지막으로 전자제품의 유통이 과거 전자제품 전문 소매유통점에서 하이퍼마켓과 같은 대형 유통망으로 옮겨지고 있는 점을 들 수 있음.

- 과거 소비자 가전제품은 대부분 전자제품 전문 매장이나 독립된 소매점을 통해 판매되었으나 최근에는 대형 슈퍼마켓 체인점들이 판매의 많은 부분을 차지하고 있음.

- 소비자들의 구매 방식도 인터넷이나 각종 정보매체를 통해 제품에 대한 정보를 파악하고 슈퍼마켓과 같이 제품 가격이 싼 매장을 찾는 경

향을 보이고 있는데, 이는 전문가들의 도움을 받아 제품을 구매하는 기존 전자제품 전문 매장의 구매형태를 탈피한 것임.

나. 수출입동향

□ 수출 동향

○ 덴마크 내에서는 전자제품의 생산이 거의 이루어지지 않고 있으며 덴마크에서 수출되는 것은 재수출 제품이 대부분임.

○ 아래 표는 덴마크에서 수출되는 주요 디지털 제품의 수출 규모를 나타내고 있음.

<덴마크의 주요 디지털 전자제품 수출 규모>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
TV	1,599,973	357,669	1,265,523	379,264	-20.9	1,178,064	431,027	-6.9
DVD	444,684	500,173	338,017	468,688	-24.0	404,428	841,480	19.7
스피커	1,499,530	1,602,200	1,189,181	1,389,536	-20.7	1,063,527	1,281,408	-10.6
디지털 카메라	97,396	29,365	107,896	60,960	10.8	106,437	79,211	-1.4
핸드폰	15,318,058	14,515,591	10,185,337	13,364,893	-33.5	5,679,004	3,777,222	-44.2

자료 : 덴마크 통계청
주: 증감률은 매출액 기준

□ 주요 품목별, 국가별 수입 동향

○ 다음의 표는 덴마크에 수입되고 있는 주요 디지털전자제품에 대한 국

가별 수입동향을 나타내고 있는데, 대부분의 경우 수입은 제품을 제조하는 국가로부터 직접 수입되는 것이 아니라 유럽 내 판매법인을 통해 수입되고 있음.

<덴마크의 DVD 플레이어 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
스웨덴	109,300	92,897	173,860	165,481	59.1	161,170	159,651	-7.3
중국	228,848	422,230	271,182	714,426	18.5	312,232	1,082,548	15.1
독일	103,802	133,654	88,805	146,060	-14.5	86,411	158,101	-2.7
헝가리	0	0	1,374	1,463	N/A	57,414	77,610	40.8
한국	12,221	11,761	15,578	11,809	27.5	9,464	9,483	-39.2
합계	550,605	748,127	622,649	1,115,104	13.1	718,101	1,653,430	15.3

자료 : 덴마크 통계청
주: 증감률은 매출액 기준

<덴마크의 핸드폰 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
영국	9,222,607	4,803,861	5,198,550	3,637,716	-43.6	3,217,215	1,906,948	-38.1
UAE	25,701	10,919	123,851	83,677	381.9	1,338,460	629,268	980.7
스웨덴	412,039	276,463	542,383	386,851	31.6	803,288	461,157	48.1
오스트리아	180,457	292,150	749,340	1,042,995	315.2	869,022	889,186	16.0
한국	26,969	16,749	27,104	16,129	0.5	19,510	15,263	-28.0
합계	12,471,773	7,439,837	8,221,513	6,964,792	-34.1	8,587,424	5,789,453	4.5

자료 : 덴마크 통계청
주: 증감률은 매출액 기준

<덴마크의 LCD/PDP 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
스웨덴	9,893	672	53,727	4,476	443.1	32,272	21,000	-39.9
독일	3,102	94,491	12,228	52,974	294.2	219,332	75,181	1693.7
스페인	0	0	19,143	4,308	N/A	56,809	8,947	196.8
중국	0	0	1,667	3,000	N/A	16,335	31,204	879.9
한국	1,589	66	0	0	-100	1,598	197	N/A
합계	15,886	101,115	89,749	79,258	465	328,457	114,968	266

자료 : 덴마크 통계청

주: 증감률은 매출액 기준

<덴마크의 스피커(홈씨네마 포함) 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
네덜란드	7,847	15,315	10,512	22,165	34.0	24,824	48,383	136.1
영국	78,830	79,172	49,979	66,075	-36.6	31,077	33,110	-37.8
스웨덴	33,843	85,881	29,404	78,223	-13.1	22,391	53,563	-23.9
미국	48,289	59,507	58,349	72,140	-1.9	73,142	73,621	25.4
중국	164,232	1,119,935	156,335	1,269,580	-4.8	83,465	605,176	-46.6
합계	387,770	1,468,364	334,656	1,602,817	-13.7	269,216	907,878	-19.6

자료 : 덴마크 통계청

주: 증감률은 매출액 기준

<덴마크의 위성방송수신기 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
프랑스	13,494	17,542	38,823	93,028	187.7	28,951	32,734	-25.4
스웨덴	0	0	953	565	N/A	3,869	2,291	306
터키	1,548	1,462	0	0	-100	2,297	2,887	N/A
한국	7,790	9,463	5,612	7,195	-28.0	1,912	2,423	-65.9
합계	40,300	47,510	60,604	121,424	50.4	38,622	52,108	-36.3

자료 : 덴마크 통계청

주: 증감률은 매출액 기준

<덴마크의 디지털카메라 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
독일	140,028	77,353	179,967	111,277	28.5	229,423	172,949	27.5
스웨덴	129,726	49,635	245,503	130,548	89.3	310,393	143,860	26.4
네덜란드	19,513	12,232	38,145	46,172	95.5	72,131	95,552	89.1
중국	9,147	27,076	44,586	64,738	387.4	28,425	58,540	-36.2
한국	11,654	6,167	3,787	4,630	-67.5	7,999	9,089	111.2
합계	417,977	244,631	603,179	444,010	44.3	749,073	568,343	24.2

자료 : 덴마크 통계청

주: 증감률은 매출액 기준

<덴마크의 캠코더 수입 동향>

(단위 : 대, 천 DKK)

	2002		2003			2004		
	금액	대수	금액	대수	증감률	금액	대수	증감률
독일	41,310	13,029	32,732	21,160	-20.8	35,092	27,912	7.2
스웨덴	40,637	10,401	101,647	31,572	150.1	120,736	42,913	18.8
중국	1,633	12,518	2,855	1,737	74.8	4,772	10,086	67.2
합계	138,438	56,738	154,769	70,446	11.8	165,596	85,095	7.0

자료 : 덴마크 통계청
주: 증감률은 매출액 기준

다. 향후 시장 전망

○ 덴마크의 전자제품 시장은 향후 3-4년간 아날로그에서 디지털 방식으로의 전환이 지속될 것으로 예상되며, 그 이후에는 디지털 제품에 대한 교체 수요가 이어질 것으로 전망됨.

○ 제품의 크기가 점차 소형화되고 제품의 무선화가 증가하는 추세가 지속되면서, 인터넷 등 네트워크와 연결하여 사용되는 것도 보편화될 것으로 예측됨.

○ 관련 전문가들은 MP3 플레이어와 카메라 기능을 갖추고 있는 핸드폰처럼 제품 카테고리의 경계가 모호해지고 복합적인 기능을 갖춘 제품들이 대세를 이룰 것으로 예상하고 있음.

○ 이외에 덴마크의 전문가들이 예측하는 제품별 시장 전망은 다음과 같음.

- DVD 플레이어는 HD 레코더로 대체될 것으로 보이며 멀지 않아 블루레이(BluRay)와 같은 새로운 포맷이 지배할 것으로 보임.

- 기존의 TV, 모니터 시장은 평면 TV로 완전히 대체되며 이는 PDP가 아닌 LCD가 중심을 이룰 것임.

- 전통적인 데스크탑 PC는 노트북 컴퓨터나 가정용 엔터테인먼트 시스템으로 교체될 것임.

- 더욱 진보된 핸드폰, 소형 노트북의 판매세는 계속 증가될 것으로 예측됨.

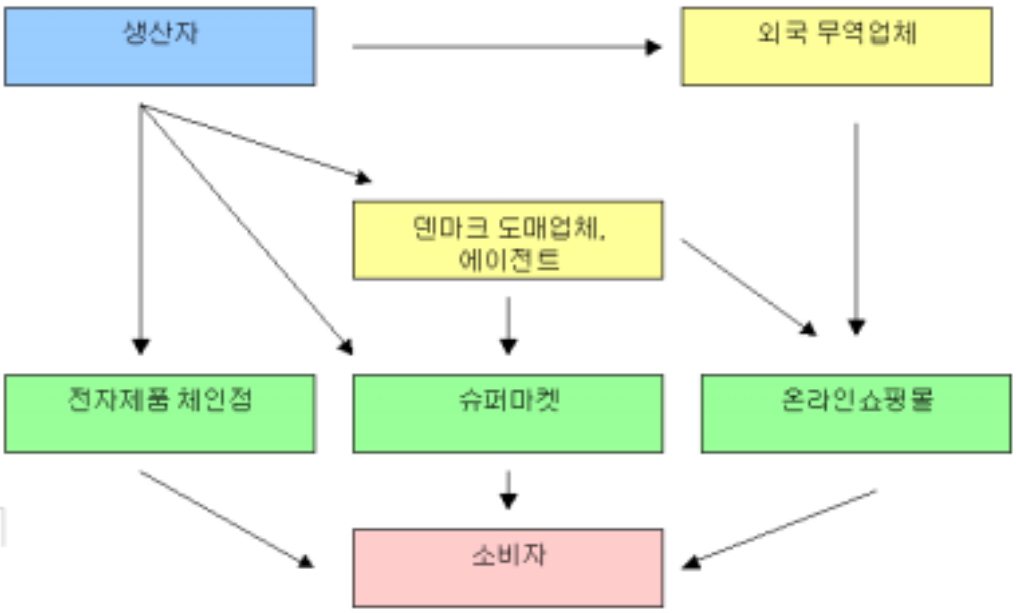
○ 덴마크의 소비자 가전 협회는 올해 소비자 가전 시장의 증가율이 15% 정도에 이르며, 2007년에는 10%로 다소 감소한 후 2008년 이후에는 새로운 신기술이 선보일 때까지 시장이 안정화될 것으로 예측하고 있음.

2. 유통구조

○ 덴마크의 디지털 가전제품은 크게 다음의 세 가지 유통체인망을 통해 공급되고 있음.

- 전자제품만을 취급하는 전문 업체 및 체인점, 소매점
- 다양한 제품과 함께 기본적인 전자제품을 함께 취급하는 대형 슈퍼마켓 체인점으로 덴마크에서 가장 유명한 그룹으로는 COOP과 Dansk Supermarked 등이 있음.
- 온라인 소매점으로 서라운드 스피커, MP3 플레이어, 핸드폰 등을 중심으로 취급하며 일부의 경우는 다양한 제품군을 취급하고 있기도 함.

<덴마크 가전제품 유통 구조>



○ 슈퍼마켓과 대형 전자제품 체인점들은 인기가 좋고 잘 팔리는 제품에 대해서는 자신들이 직접 수입을 하나 판매규모가 작은 제품은 수입업체를 통해 구매하고 있음.

- 이들 수입업체는 전자제품을 전문적으로 취급하는 업체들로서 다양한 제조업체의 제품을 취급하는 독립 업체들이며 도매업을 동시에 하거나 특정 제조업체의 에이전트 역할을 하는 경우도 있음.

○ 한편, 온라인 판매점들은 대부분 규모가 작은 편이나 비용을 줄이기 위해서 자신들이 직접 수입을 하기도 함.

- 이들은 대부분 수입 규모가 작은 편이며 특히 다양한 제품군을 취급하는 업체는 구매량이 작은 편임.

○ 과거부터 수입업체는 덴마크 혹은 스칸디나비아 시장에 한정하여 초점을 맞추는 경우가 많았으나 EU 통합이후 많은 기업들은 EU 전체 지역을 포괄하는 경우가 많아졌음.

3. 경쟁현황

가. 경쟁동향

○ 최근 몇 년 동안 덴마크 전자제품 판매시장은 인수와 합병, 그리고 독립 자영업자들 사이의 협력 등으로 영업력의 집중화 현상을 보이고 있음.

○ 이와 함께 슈퍼마켓과 인터넷 쇼핑몰이 가전제품 판매시장에 본격적으로 진입하면서 업체들간의 경쟁은 더욱 심해지고 있음.

○ 초고속 통신망의 이용이 확산되면서 덴마크 소비자들이 인터넷을 이용하여 외국 업체로부터 직접 제품을 구입하는 경우도 증가하였음.

- 현재 전자제품은 책이나 DVD에 비해 판매량이 작은 편이지만 향후 이로 인한 시장 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 예상됨.

○ 덴마크에서 판매되는 글로벌 브랜드 중에는 삼성, 필립스, 소니, 파나소닉 등이 판매율이 높으며, OEM 브랜드도 대중적으로 판매되고 있음.

나. 가격 동향

○ 디지털가전제품의 가격 경쟁은 매우 심한 편이며 향후에도 이는 지속될 전망임.

- 인터넷 판매망이 발달하면서 가격이 공개되고 소비자들은 쉽게 가격 비교 후 구매를 할 수 있게 되었음.

- 또한 제품에 대한 정보 파악이 용이해져서 제품을 구매할 때 판매원의 조언이 필요 없어지게 됨에 따라 가격은 제품구매시 고려되는 가장 중요한 요소가 되고 있음.

○ 제품가격의 하락과 기술적인 발전은 신제품 출시에 대한 기대를 증가시키고 있으며 제품 수명주기를 짧게 하고 있음.

○ 소비자 중에는 신기술의 제품을 재빠르게 구매하는 얼리 어뎁터(Early adapter)도 있으며 이들은 제품의 가격이 비싸더라도 이를 지불할 용의가 있는 사람들임.

- 이들이 주로 제품을 구매하는 주요 브랜드가 글로벌 업체임을 감안 할 때, 높은 프리미엄 가격으로 제품을 판매할 수 있는 업체들은 유명브

랜드 제품으로 한정되는 경우가 많으며, OEM 제품이나 노브랜드 제품의 경우는 대부분 마진율이 낮음.

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도

□ 수입관세

○ 덴마크는 EU와 같은 HS code를 사용하고 있으며 수입 관세 또한 동일함.

○ 수입관세는 제품에 따라 상이한데 가전제품의 경우는 2.6%에서 14% 사이이며 일부 국가의 경우 반덤핑 관세에 영향을 받고 있으나 한국은 이에 해당되지 않음.

○ 수입관세 외에 덴마크에서 부과되는 부가가치세는 25%임.

□ 비과세 장벽

○ 덴마크는 WTO 회원국으로 가능한 비과세 장벽을 줄이도록 노력 중이며, 비과세 장벽은 일반적으로 법률적, 문화적, 수평적, 수직적 장벽으로 분류할 수 있음.

① 법률적 장벽

- 덴마크의 전자제품에 대한 표준 및 인증 절차는 EU 규칙을 따르고 있으며 덴마크 시장 진출을 위한 별도의 규제는 없음.

- EU 국가에서 제품을 판매하기 위해서는 CE 마크가 필수적임.

- 외국산 제품에 대한 수입관세 외에 한국산 제품을 차별하는 정책이나 법규는 없음.

② 문화적 장벽

- 일반적으로 한국산 전자제품은 덴마크 바이어들 사이에서 좋은 평판을 받고 있지만 다른 EU 국가나 일본 제품에 비해 약간 수준이 낮으며 중국이나 동유럽 제품에 비해서는 월등히 좋은 수준으로 평가됨.

- 덴마크 내에는 전자제품 제조업체가 없으며 유럽산 제품을 구매하자는 캠페인 등도 찾아볼 수 없으므로 문화적인 장벽은 거의 없다고 할 수 있음.

③ 수평적 장벽 (주요 업체들간의 협력관계 및 관련 바이어의 수)

- 덴마크의 대규모 바이어의 수는 많지 않으나 온라인 쇼핑몰을 포함한 소규모 바이어의 수는 상당히 많음.

- 대규모 바이어의 경우 극심한 경쟁관계로 담합을 통한 구매가격 인하 등의 방법으로 상호 협력하는 일은 거의 없음.

- 그러나 대규모 바이어의 수가 많지 않다는 것은 제품 공급자에 대한 구매파워를 가지고 있음을 의미하므로 수평적 진입장벽은 다소 높다고 할 수 있음.

④ 수직적 장벽 (유통망 지배구조, 장기 구매 계약, 충성도 등)

- 일부 제조업체는 자신들의 판매망을 가지고 있으나 이는 도매단계로 소매점 수준의 매장은 아님.

- 대부분의 대규모 소매점들은 어느 특정 공급자와 독점 계약을 맺고 있지 않고 다양한 경쟁 제품을 함께 판매하고 있으며 장기적인 공급 계약을 맺는 것도 드문 편임.

나. 주요 인증 제도

□ CE 마크

○ 덴마크 내에서 관련 제품을 판매하기 위해서는 CE 마크 획득이 필수적이며 CE 마크는 유럽국가 내에서 통용됨.

○ CE 인증을 받기 위해서는 덴마크 표준 (Danish Standard)를 통해야 함(www.ds.dk 참조 요망).

○ 일반적으로 CE 마크를 받는 방법에는 두 가지가 있는데 첫번째는 제조사의 품질 관리 공정 및 시스템을 DS (Danish Standard)로부터 검사 받는 것이고, 두번째는 제품 자체를 테스트 하는 것임.

○ DS는 CE 마크 자격 부여를 위해 제품 생산 시설을 검사하고 주기적으로 이를 체크하거나, 제품 테스트를 통해 CE 인증을 하고 있음.

○ 제품의 생산 공정 검사와 제품테스트를 동시에 진행 할 수도 있으며, 이 경우 CE 인증 신청서 작성 작업은 간단하지만 제품 생산의 모든 단계를 검사해야 하기 때문에 비용이 많이 소요됨.

○ 제조업체는 DS측에 제품의 스펙, 디자인, 제품의 변형 계획이나 실행 등을 통보해야 하며, DS는 5년간 해당 자료를 보관하고 관련 당국의 요청이 있을 시 이를 공개함.

○ DS 연락처

- 주소 : Kollegievej 6, DK-2920 Charlottenlund
- 전화 : (45) 39 96 61 01
- 팩스 : (45) 39 96 61 02
- 담당자 : Mr. Jørgen Hagelund (joeh@ds.dk)

헝가리

1. 시장 개요

가. 시장 특성 및 동향

□ 개요

○ 사회주의 체제였던 1980년대 말까지만 해도 헝가리 전자산업은 초기 발전 단계였으나, 개방 이후 기초학문이 발달된 현지 여건과 인건비 등 투자 환경을 간파한 GE, IBM, Phillips, Sony, Flextronics 등 다국적 기업들의 진출로 동구권 전자제품 생산기지로 발전하게 되었음.

○ 그러나 대부분의 다국적기업 진출은 현지의 저렴한 인건비를 활용하기 위한 노동집약적 생산라인 위주로 전자부품은 거의 전부 수입에 의존하고 현지 노동력을 활용한 조립생산을 위한 것이 다수를 이룸.

○ 헝가리 디지털전자 시장은 제품 트렌드나 브랜드 선호도 등에서 EU 시장과 비슷한 성향을 보이고 있으며, 휴대폰, LCD모니터, LCD/PDP TV, 에어컨, 디지털 카메라 등을 중심으로 최근 몇 년간 수요가 크게 증가되는 추세임.

□ 생산 및 수요 동향

○ 일부 전자제품이 1980년대말 시장개방과 더불어 진출한 다국적기업을 통해 생산되고 있으나, 대부분의 제품은 수입에 의존하고 있음.

○ 진출기업으로는 스웨덴의 Electrolux사에서 진공청소기, 냉장고 등이 생산되고 있으며, 노키아의 핸드폰, 삼성의 TV 등이 있음.

○ 최근 전자제품 판매 업체들간의 경쟁이 수입을 더욱 확대시키고 있는데, 2006년 들어 경기회복 및 총선 등으로 소비자의 소비지출이 증가하고 있어 가전제품에 대한 수요도 증가 추세임.

○ 디지털가전제품 중 LCD 모니터 및 PDP/LCD TV가 가파른 시장 성장세를 보이고 있으며 DVD 플레이어, 디지털카메라 등도 꾸준히 판매되고 있음.

○ 오디오/비주얼 관련 제품 외에 헝가리에서 많이 판매되고 있는 디지털 가전제품으로 핸드폰을 들 수 있음.

□ 시장 특성

○ 헝가리 디지털전자 제품 시장은 대부분 수입에 의존하고 있으며, 일부 현지 투자진출 기업의 생산도 다수를 차지하고 있음.

○ 또한, 휴대폰, LCD TV 등에 있어 신기술 제품을 빠르게 받아들이고 있으며 일반 TV는 PDP/LCD TV 등 평면 TV로 대체되고 있고, 비디오는 DVD로, 휴대용 음악 재생기는 MP3로 변하고 있는 추세임.

○ 또 다른 시장 특성은 기술 진보와 경쟁심화가 제품가격 하락을 가져와 아날로그 TV에서 디지털 TV로 교체되는 것과 같이 신제품이 출시되고 있으며, 제품의 세대교체가 이루어지면서 신기술의 신제품이 시장을 주도하고 있다는 점임.

○ 유통면에서는 기존 전자제품 전문 소매점에서 대형 유통점(체인점)으로 변화하고 있는데, 과거 소비자 가전제품은 대부분 독립된 소매점을 통해 판매되었으나 최근에는 대형 전문 유통(체인)점을 통한 판매가 주류를 이루고 있음.

나. 수출입 동향

□ 주요 품목별 수출입 실적

○ 현지에서 생산되는 전자제품은 다국적 진출기업들이 조립 생산하는 것이 주를 이루고 있으며 대부분 재수출되고 있음.

<주요 디지털 전자제품 수출실적>

(단위 : 천달러)

품목명	2003	2004	2005
휴대폰	3,681,545	5,442,038	5,681,391
TV	816,456	1,263,594	1,748,104
DVD	688,031	723,248	677,117
세탁기	60,821	88,686	115,824
가정용 냉장고	82,290	69,686	87,881
노트북	1,286	3,598	53,207
디지털카메라	2,909	2,014	4,402
에어컨	1,054	7,898	2,856
음향기기(MP3)	7	214	389
LCD모니터	984	451	210

자료 : 헝가리 통계청

○ 디지털 전자제품 중 2005년 기준 휴대폰이 15.7억 달러로 가장 많이 수입되고 있으며, TV가 2.2억 달러, LCD모니터가 2억 달러 규모로 그 다음을 차지하고 있음.

<주요 디지털 전자제품 수입실적>

(단위 : 천달러)

품목명	2003	2004	2005
휴대폰	1,483,802	1,904,838	1,570,804
TV	1127,766	186,571	227,486
LCD 모니터	168,612	164,029	204,745
노트북	177,728	106,676	138,012
세탁기	187,114	110,271	109,931
DVD	130,249	53,020	56,843
디지털카메라	146,687	55,553	56,799
가정용 냉장고	113,961	19,408	28,213
에어컨	129,691	35,755	19,019
음향기기(MP3)	11,070	3,136	10,152

자료 : 헝가리 통계청

□ 주요 품목별, 국가별 수입 동향

○ 핸드폰

- 헝가리 자체 생산업체는 없으며, Nokia 및 Flextronics사의 조립 공장이 있어 연간 7,000만대 정도 생산되고 있음.

- 헝가리 통계기준 2005년도 총수입 실적은 15억 7,000만 달러 규모이며 한국으로부터의 수입액은 3억 7,000만 달러로 중국에 이어 높은 수입 시장 점유율을 나타내고 있음.

<주요국별 핸드폰(HS 852520) 수입실적>

(단위 : 천달러)

국가명	2003	2004	2005
중국	817,431	729,224	554,832
한국	134,805	260,344	371,426
독일	89,431	127,902	118,021
오스트리아	-	281,286	118,021
말레이지아	126,508	217,295	41,627
총수입	1,484,015	1,870,030	1,570,804

자료 : 헝가리 통계청

○ LCD 모니터(HS 84716090)

- 헝가리 생산업체는 없으며, 전량 수입에 의존하고 있음.

- LCD모니터의 헝가리 통계기준 2005년도 총수입 실적은 2억 달러 규모이나, 한국으로부터의 수입액은 92만 달러 수준에 불과함.

<주요국별 수입실적>

(단위 : 천달러)

국가명	2003	2004	2005
네덜란드	34,524	37,564	83,243
중국	5,350	23,605	32,138
독일	20,124	23,350	27,320
영국	15,312	14,062	14,990
오스트리아	61,410	16,322	12,322
인도네시아	6,505	10,693	8,077
한국	1,791	2,445	924
총수입	168,612	164,029	204,745

자료 : 헝가리 통계청

○ LCD/PDP TV(HS 85283005)

- 헝가리 생산업체는 없으며, 전량 수입에 의존하고 있음.

- 헝가리 통계기준 2005년도 총수입 실적은 2억 2,749만 달러 규모이나, 한국으로부터의 수입액은 56만 달러 수준임.

<주요국별 수입실적>

(단위 : 천달러)

국가명	2003	2004	2005
폴란드	24,343	46,956	57,904
터어키	18,164	26,852	33,732
프랑스	6,711	10,253	24,511
슬로바키아	5,438	8,274	20,042
독일	3,318	15,125	18,241
체코	18,824	28,118	15,764
한국	605	1,081	557
총수입	127,765	186,570	227,485

자료 : 헝가리 통계청

○ 가정용 냉장고(HS 841821)

- 헝가리 생산업체는 없으며, 전량 수입에 의존하고 있음.

- 헝가리 통계기준 2005년도 총수입 실적은 2,821만 달러 규모이며, 한국으로부터의 수입액은 50만 달러 수준임.

<주요국별 수입실적>

(단위 : 천달러)

국가명	2003	2004	2005
이태리	5,790	8,327	10,063
폴란드	156	1,221	7,138
터어키	1,586	2,310	3,718
슬로베니아	565	1,482	1,271
영국	1	15	1,174
체코	7	705	1,088
한국	621	210	504
총수입	13,961	19,408	28,213

자료 : 헝가리 통계청

○ 에어컨(HS 841510)

- 헝가리 생산업체는 없으며, 전량 수입에 의존하고 있음.

- 헝가리 통계기준 2005년도 총수입 실적은 1,902만 달러 규모이며, 한국으로부터의 수입액은 358만 달러로 수입국 1위를 차지했음.

<주요국별 수입실적>

(단위 : 천달러)

국가명	2003	2004	2005
한국	6,620	5,881	3,584
중국	4,903	14,951	2,978
터어키	4,611	2,117	2,309
오스트리아	1,909	2,546	2,210
이태리	3,520	2,601	2,131
말레이지아	989	1,069	1,061
프랑스	415	872	1,058
총수입	29,691	35,754	19,019

자료 : 헝가리 통계청

다. 향후 시장 전망

○ 헝가리 전자제품 시장은 서유럽의 전철을 밟고 있으며, 그동안 소형 CRT화면 TV에서 평면 TV로 교체되는 단계에 있음.

○ LCD TV 및 플라스마 TV는 근래에 수요가 증가하고 있으나 아직 헝가리 소비자들에게는 쉽게 구매하기 어려운 고가제품으로 인식되어 있는 상황임.

○ 2005년부터 디지털 방송이 시작되어 향후 몇 년간 아날로그에서 디지털 방식으로의 전환이 지속될 것으로 예상됨.

○ 기타 다른 제품의 경우 점차 소형화 및 다기능화 추세가 지속될 것으로 보이며, 인터넷 등 원거리 네트워크를 통한 편리성이 강화될 것으로 예측됨.

2. 유통구조

□ 핸드폰

○ 헝가리 시장은 사업자를 통한 판매량이 전체의 95%를 차지하고 있으며, Electro-world 등 일반 전자제품 전문 마켓을 통한 판매량은 5%미만임.

○ 일반 유통매장에서 유통되기 보다는 T-Mobile, PannonGSM, Vodafone 등 3개 서비스 사업자를 통한 진출이 요망됨.

□ 디지털전자제품

○ 전기·전자 제품들은 주로 넓은 선택의 폭(5-10개 브랜드)과 다양한 가격대 등을 이유로 하이퍼마켓(Auchan, Cora, Metro, Tesco)을 통한 유통 비중이 점차 커져가고 있음.

○ 소비자들의 접근성이 뛰어난 대형 쇼핑몰에 대부분 입점해 있는 종합 전자제품 체인점(Media Markt, Electroworld, Saturn, Euronics(헝), Elektropont(헝))을 통한 유통이 주류를 이룸.

- 특정 브랜드만을 취급하는 전문점의 경우, 가격 및 제품 선택에 있어 하이퍼마켓 및 체인점에 비해 경쟁력이 떨어지므로 전문점은 거의 없음.

○ 온라인 쇼핑몰도 있으나 아직 초보단계로 대부분 규모가 작고, 직접 수입 및 판매하는 체제임.

- 입점 품목은 서라운드 스피커, 다리미, 소형 청소기 MP3 플레이어 등임.

3. 경쟁현황

가. 경쟁동향

□ 핸드폰

○ 공식 통계자료는 없으나 무역관이 현지 진출 국내기업 및 이동통신 사업자를 통해 확인한 브랜드별 시장점유율은 아래와 같음.

<2005년 브랜드별 시장점유율>

(단위 :천대, %)

순위	브랜드명	수량	점유율
1	노키아	902	41
2	소니 에릭슨	462	21
3	삼성	418	19
4	모토로라	154	7
5	지멘스	132	6
6	LG	88	4
7	기타	44	2
합 계		2,200	100

자료 : 무역관 실사

○ 핸드폰 시장의 약 41%를 노키아가 점하고 있으며, 2위는 21%의 시장을 점하는 소니 에릭슨임.

○ 한국제품의 경우 2004년 헝가리의 EU가입으로 기존 15%의 관세가 0%로 낮아져 급격히 시장에 침투하고 있어, 2005년 한국 핸드폰 제품의 對헝가리 수출금액이 KOTIS 통계기준 3억 6,000만달러로 제1의 수출품목으로 기록됨.

□ 디지털전자 제품

○ 대형 유통점의 진출이 활발해지면서, 한 곳에 제품별 업체별 가격비교가 가능해져 디지털 전자 제품 브랜드 간에 경쟁이 더욱 심해지고 있음.

○ Bryan Norris Associates자료에 따르면, 2005년 헝가리 내에 판매된 모니터 중 Plasma 300대, LCD 166,000대, CRT 48,000대로 LCD가 시장을 주도하고 있으며, 한국 브랜드 제품이 선전하고 있음.

<2005년 브랜드별 시장점유율>

(단위 :대, %)

순위	브랜드명	판매량	점유율
1	Samsung	73,005	34.2
2	Acer	18,112	8.5
3	Fujitsu Siemens	17,456	8.2
4	LG	15,530	7.3
5	Xerox	14,500	6.8

자료 : Bryan Norris Associates

나. 가격 동향

○ 인터넷 및 유통점의 발달로 제품 가격 비교가 용이해져 디지털 가전제품의 가격 경쟁이 매우 심한 편이며, 향후 가격 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 전망됨.

○ 핸드폰의 경우, 핸드폰 전문점은 판매가격이 높아 전문점 판매가 차지하는 비중이 5%내외이며, 대부분 보조금 제도에 의해 핸드폰 서비스업체를 통해 구입하고 있음.

<핸드폰 소매가격>

(단위 : US$)

브랜드명	전문점	이통통신 사업자	
		2년 사용조건시	선불제(prepaid)
Alcatel 556	79	14	74
LG C3300	200	46.5	116
Motorola V3	302~442	139.5	232.5
Nokia 3120	110	18.5	88
Nokia 6230i	330	186	325.5
Samsung SGH-E310	274	46.5	139.5
Samsung SGH D500	321~442	232.5	395
Samsung SGH X480	75	18.5	83.7
Siemens A65	144	18.5	83.7
Sony Ericsson K300i	130	32.5	102

자료 : www.depo.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준

<17인치 LCD 모니터 소매가격>

(단위 : US$)

브랜드 명	가 격
ACER	232~28
AG Neovo	263~486
ASUS	273~399
Belinea	262~292
BenQ	255~300
Dell	456
Daewoo	245
Hyundai	274~300
LG	246~329
Philips	250~379
Samsung	268~374
Sony	312~405

자료 : www.depo.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준, 1USD=219 HUF

<32인치 LCD TV>

(단위 : US$)

브랜드명	가격대
LG	1,300~1,565
Sony	1,690~1,872
Samsung	1,525~1,710
Viewsonic	1,420~1,575
Sharp	1,590~1,640
Philips	2,330~2,430
Panasonic	1,640~1,758

자료 : www.arukereso.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준

<42인치 PDP TV>

(단위 : US$)

브랜드명	가격대
LG	2,120~3,420
Samsung	2,240~2,730
Panasonic	1,690~1,872
Sony	2,150~2,850
Philips	3,870~5,480
Daewoo	1,480~1,540

자료 : www.arukereso.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준

<에어컨>

(단위 : US$)

브랜드 명	가격대
Hisense(A-D Type)	395~630
Chigo	242~1,365
Hitachi	590~3,050
LG Art Cool	990~1,380
LG	500~960
Panasonic	550~1,860
Samsung	776

자료 : www.klima.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준

<Combined (bottom freezer) 냉장고>

(단위 : US$)

브랜드 명	가격대
Gorenje 330L	381
AEG 206L	479
Bosch 263L	440
Candy 303L	337
Electrolux 285L	512
Indesit 330L	415
Samsung 275L	405
LG 217L	512

자료 : www.muszakidepo.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준

<American style 냉장고>

(단위 : US$)

브랜드 명	가격대
LG 368+178L	1,316
Electrolux 375L	1,680
Samsung 334+186L	1,760
Wirlpool 415+229L	1,940

자료 : www.muszakidepo.hu (web store)
주: 2006년 3월 기준

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도

□ 수입관세

○ 헝가리는 2004년 EU가입과 더불어 EU와 동일한 HS code를 사용하고 있으며 수입 관세 또한 동일함.

○ 수입관세는 제품에 따라 상이한데 가전제품의 경우는 2.6%에서 14% 사이이며 일부 국가에 한해 반덤핑 관세를 부과하고 있으나, 한국은 이에 해당되지 않음.

○ 수입관세 외에 부가가치세는 20%임.

□ 무역장벽

○ 헝가리는 2004년 5월 EU가입으로 EU 규정을 따르고 있음.

○ 전자제품의 경우 특별한 무역장벽은 없으나 헝가리가 EU 회원국으로서 EU 역내 유통은 무관세이기 때문에 상기지역 이외로부터 제품이 수입되는 경우 관세가 부가되어 가격 경쟁력 면에서 불리함.

○ EU 역외지역에서 제조된 제품이 유럽시장에 진출하기 위해서는 CE마크가 필수이며, 현지어 사용설명서 첨부도 의무화되어 있음.

○ 헝가리는 WTO 회원국으로 가능한 비과세 장벽을 줄이도록 노력중임.

나. 주요 인증 제도

○ 제도의 성격 : 전기제품안전 강제규제제도

- MEEI 마크 :

○ 도입 시기 : 1984 년

○ 근거규정 및 법규 : Decree No. 8/1984.(VII.1.)IpM

○ 운영 배경 및 목적 : 전기제품의 안전성 검증을 통한 소비자 안전 보호

○ 규제 지역 : 헝가리 내

○ 적용대상품목

- 의무적으로 받아야하는 품목

제품명	HS Code
List of Mandatory Testing Products (관련규정:Decree No. 8/1984.(VII.1.)IpM)	
Plugs and socket-outlets for domestic use and electric fence energizers/controllers designed for use with a voltage rating not exceeding 1000V	8536, 853710, 8539
Electrical installation equipment not exceeding 1000V	8536
Electric energizers/controllers not exceeding 1000V	8501

- 선택적 대상품목

제품명	HS Code
List of certain electrical products (Decree No. 79/1997 (XII.31.) IKIM) with a voltage between 50 and 1000 V for alternating current and between 75 and 1500V for direct current	
Portable receivers	8527
Table radio receivers & combined appliances	8519
Car radios	852691
TV Receivers	8528
Magnetic signal recorders (cassette recorders, video cassette recorders, camcorders, VCR, Dictaphones, message recorders, professional signal recorders)	8520, 8521, 8525
Record players (record players without amplifiers, CD, photo CD players, mini discs)	8519
Amplifiers (mono, stereo, car (bus), other)	851840
Acoustic transducers (microphones, headphones, loudspeakers, transformers, active loudspeakers)	8518
Telephones	8517
Music instruments	9207
Alarms	8531
Power supplies for telecom	85044020
Aerial amplifiers	851840

Converters and mixers	852990
Satellite receiver systems	852910
PC and Servers	8471
Monitors	847190
Printers	84716040
Modems	851750
Xerox machines	847210
Telefacsimile	851721
Phone centers	851730
Washing machines	845140
Ironing machines	851640
Cleaning appliances (vacuum cleaner)	8421, 8422, 850910
Kitchen appliances	8509
Cooking appliances	851660
Microwave ovens	851650
Body care appliances	8510
Air treatment appliances	8414
Air conditioner	8415
Refrigerators	8418
List of Machinery (Decree No. 21/1998 IKIM)	
Cutting machine of wood, meat, or similar	8467
Wood processing machines	8465
Metalworking machines	8456-8461
Pressing-, bending, cutting machines	8462
Plastic processing machines	8465
Rubber processing machines	8453
Soil processing machines	8429-8430
Lifting equipment installed on vehicles	8427, 8428
Lifting equipment used for people lifting	
Machines manufacturing pyrotechnic products	

○ 제도 주요 내용

- 안정성에 일정 기준을 설정해놓고 승인을 신청한 제품이 동 기준에 따라 제조되는지 여부를 심사하여 통과시 MEEI 마크를 제품에 부착토록 함.

□ 주관기관명

○ Hungarian Institute for Testing and Certification of Electrical Equipment Ltd.(MEEI)

□ MEEI 연락처

○ 우편 주소 : 1132 Budapest Váci út 48/a-b Hungary
- 위치 : 지하철 M3 Lehel tér station의 Victor Hugo와 Alig streets 사이

○ 연락처
- 전화 : (36 1)3 502 311, 3 503 312, 3 503 317
- 팩스 : (36 1)3 290 684

○ Homepage : www.meei.hu

○ 기관성격 : 헝가리 경제부 산하기관

○ 주요 기능 : CE마크 등 인증관련 검사·실험 등을 담당

멕시코

1. 전자산업 개요

가. 시장 동향 및 특성

□ 생산 및 수요 동향

○ 멕시코 전자 산업은 'Host Industry'

- 멕시코 전자산업은 1994년 미국, 캐나다와의 NAFTA 체결을 기점으로 급속하게 성장해왔음. 초기에는 저가 임금 위주의 단순 조립생산이 주를 이루었으나 미국 시장을 겨냥한 다국적 기업들의 생산 공장이 차츰 들어서기 시작하여 현재는 미국의 배후 생산기지 역할을 담당하고 있음.

- 멕시코 내에 독자적인 자국 전자산업이 발달하지는 못해 핵심 원천 기술을 보유한 자국기업은 거의 없고, 단순 'Host Industry' 형태를 보임.

- 대부분의 생산 공장이 지리적인 장점을 누리기 위해 미국과의 접경지역에 위치하고 있으며 현재 멕시코에서 조립 생산되어 미국에 가장 많이 수출되고 있는 대표적인 품목은 TV인 것으로 나타남.

○ 2001~2003년 전자산업 생산 일시 하락

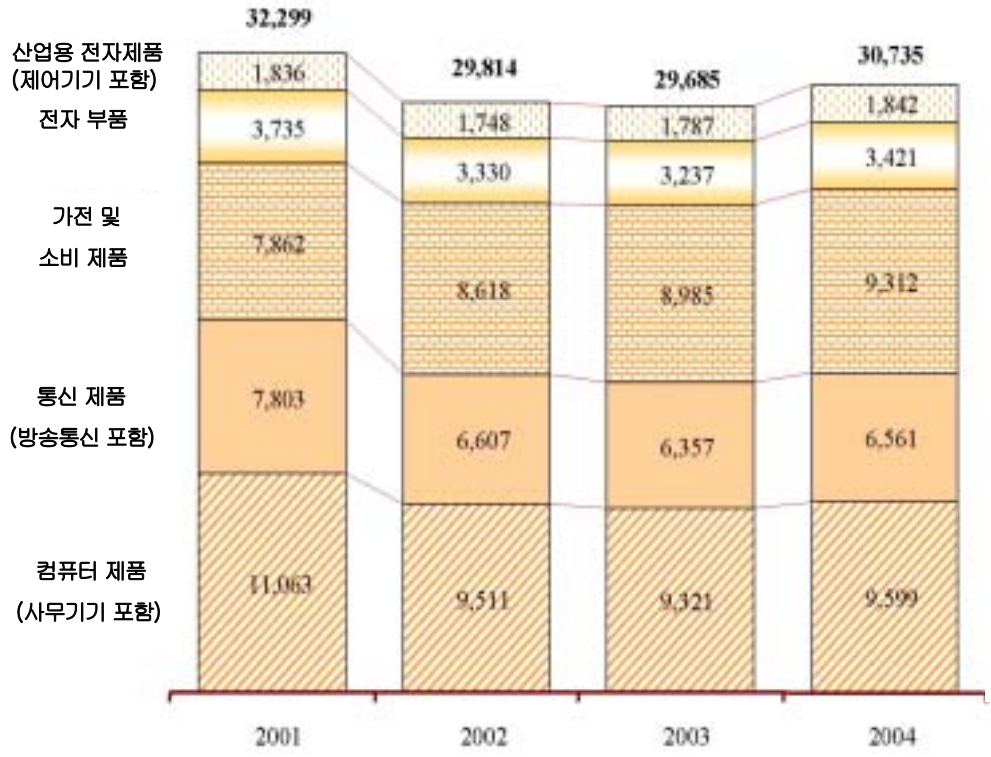
- 멕시코의 전자산업 관련 제품 총 생산액은 2001년 약 320억 달러를 기점으로 다소 하락세를 보였으나, 2004년부터 증가세로 반전됨.

- 업계에서는 이러한 일시적인 하락세가 미국 경기 침체의 영향과 함께 미국시장 내에서 중국제품과의 경쟁이 심화되고 있는데 기인한 것으로 분석하고 있음.

- 그러나 물류비용의 증가가 세계적인 추세임을 감안할 때 멕시코의 지리적인 장점이 생산거점 확보를 위한 기업에게는 향후에도 상당한 매력 포인트로 작용할 것으로 전망됨.

<연도별 전자산업 관련 제품 생산액 추이>

(단위 : 백만달러)



자료 : CANIETI (멕시코 IT 전자산업 협회)

○ 2005년도 생산액 완만한 회복

- 멕시코 통계청 자료에 따르면, 2005년도 기계/전자산업 제품 생산액은 약 398억 달러에 달했으며 이중 전자산업이 차지하는 비중은 약 320억 달러인 것으로 나타났고, 2004년도에 이어 지속적으로 완만한 회복세를 보이고 있음.

<2005년 제조업 분야별 생산액>

(단위 : 백만달러)

식음료/담배	섬유산업	목재 관련 산업	제지 및 인쇄	석유 화학	광산업	기초 기계 산업	기계/전자 산업	기타 제조업	계
40,372	7,962	3,220	4,690	21,013	8,586	7,595	39,804	3,587	136,829

자료 : INEGI (멕시코 통계청)

○ 전자산업 수요의 일시적 하락·회복

- 전자산업 수요도 생산액의 일시적 하락세와 그 궤를 같이 하는 것으로 나타남. 아래 표에서 볼 수 있듯이 전자산업의 매출도 2001년부터 하락세를 보이다가 2004년을 기점으로 완만한 회복세로 돌아섬.

- 2005년 매출액 역시 12월 실적 합산시 전년대비 다소 증가한 것으로 나타남. CANIETI(멕시코 IT 전자산업 협회)는 2006년에도 이러한 기조가 지속될 것으로 전망하고 있음.

<연도별 전자산업 매출액>

(단위 : 백만달러)

연도	전체 제조업	기계/전자산업
2000	145,982	54,575
2001	145,532	53,080
2002	148,217	51,726
2003	155,958	51,006
2004	177,294	56,047
2005*	170,654	52,140

자료 : INEGI (멕시코 통계청)
주: *2005년은 1-11월까지 합산액임.

□ 시장 특성 (디지털 제품 위주)

○ 휴대폰 시장 급성장

- 급성장하고 있는 휴대폰 시장을 예로 볼 때 멕시코의 디지털 전자제품 시장은 성장 가능성이 풍부한 시장임.

- 2010년경에는 전체 1억 인구의 50%이상이 핸드폰을 보유하게 될 것으로 예상되고 있어, 멕시코는 대규모 핸드폰 시장으로 자리 잡을 전망임.

- 현재 멕시코에서는 GSM기술과 GSM의 동종기술인 GPRS, EDGE, WCDMA 등 이용이 증가하고 있어, 2008년경에는 53%까지 시장점유율이 확대될 전망

- 멕시코 시장에서 각 핸드폰 브랜드별 시장 점유율은 Nokia 34%, Motorola 24%, 삼성 12%, Sony-Ericsson 11%로 나타나고 있으며, LG, 팬택도 브랜드 인지도를 높여가고 있음.

○ 첨단 디지털 전자제품 시장 동반 성장

- 핸드폰 이외에도 PDA, MP4, 휴대용 저장장치 등의 첨단 제품에 대한 소비자들의 반응이 여타 중남미 국가들에 비해 빠른 편이며 향후 이들 품목에 대한 성장 가능성도 높은 것으로 나타남.

나. 수출입 동향

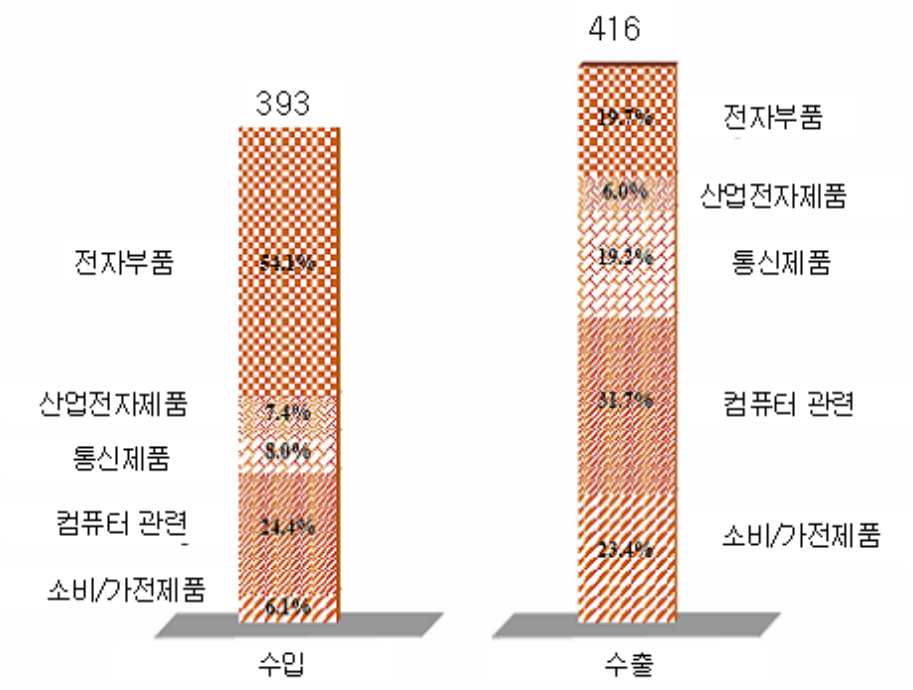
□ 수출입 분포

○ 부품 수입, 임가공 후 완제품 수출

- 멕시코 전자산업 관련 수입은 부품수입이 50%를 넘는 것으로 나타나 전형적인 'Host Industry'의 수입양상을 보이고 있으며 이렇게 수입된 부품을 임가공하여 완제품을 인근국에 수출하는 관계로 수출부분에서는 완제품의 수출이 고루 분포하고 있는 것을 볼 수 있음.

<2004년 멕시코 전자산업 수출입 분포도>

(단위: 억달러)



자료 : CANIETI (멕시코 IT 전자산업 협회)

□ 주요 품목별, 국가별 수입동향

○ 디지털 제품 전반 중국제품 강세

- 주요 디지털 전자제품의 경우 멕시코 수입시장은 품목별로 지속적인 성장세를 보이고 있는 것으로 나타났으며 "중국제품⇒저품질" 이라

는 인식이 소비자들의 근저에 자리잡고 있음에도 불구하고 강력한 가격 경쟁력을 무기로 시장을 잠식하고 있는 것으로 나타남.

- 휴대폰의 경우, 한국브랜드 LG, 팬텍 등의 제품이 대부분 현지 생산공장에서 조립 생산되어 멕시코 시장수요를 충당하고 있는 관계로 수입량이 두드러지지 않는 것으로 나타남. 그러나 50달러 이하의 저가 중국산 제품 유입이 점차 확대되고 있는 것으로 나타나 이에 대한 대비가 필요한 것으로 조사됨.

<휴대폰 (HS CODE 85252012)>

(단위 : 백만달러)

국가명	2003	2004	2005(1~3분기)
미국	104	720	656
중국	5	128	177
말레이시아	0	52	76
한국	14	50	69
대만	23	58	66
네덜란드	10	81	42
싱가포르	-	7	41
브라질	8	43	29
독일	3	13	19
핀란드	8	21	19
합계	175	1.173	1.194

자료 : Bancomext (멕시코수출은행)

<평면 TV (HS CODE 85281206)>

(단위 : 백만달러)

국가명	2003	2004	2005(1~3분기)
미국	50	54	107
태국	2	1	37
일본	9	15	23
중국	3	4	18
대만	0	13	4
한국	5	6	4
벨기에	0	2	0
브라질	0	0	0
싱가포르	0	0	0
덴마크	0	0	0
합계	70	95	194

자료 : Bancomext (멕시코수출은행)

<홈씨어터 및 DVD (HS CODE 85219002) >

(단위 : 백만달러)

국가명	2003	2004	2005(1~3분기)
중국	197	272	289
말레이시아	55	45	38
인도네시아	17	31	20
한국	20	8	11
싱가포르	1	1	6
미국	10	2	3
태국	0	0	2
일본	4	1	2
헝가리	1	1	1
대만	0	0	1
합계	306	361	373

자료 : Bancomext (멕시코수출은행)

<평면 모니터 (HS CODE 84716010)>

(단위 : 백만달러)

국가명	2003	2004	2005(1-3분기)
중국	39	79	129
미국	22	18	11
대만	10	3	7
한국	15	12	6
말레이시아	3	4	4
일본	2	4	3
태국	0	1	2
인도네시아	0	0	1
스페인	0	0	1
북한	0	2	0
합계	91	122	164

자료 : Bancomext (멕시코수출은행)

- 평면 모니터의 경우에도 한국 가전업체들의 현지 조립생산 제품이 있는 관계로 수입량이 두드러지진 않으나 중국산 제품의 수입증가세가 뚜렷한 것으로 나타나 멕시코 시장 내에서 치열한 경쟁을 벌이고 있는 것으로 확인됨.

다. 향후 시장 전망

○ 전자산업 수입·수출, 생산·소비 증가세 완화

- 2004년도를 기점으로 증가세에 있는 전자산업의 수출은 2006년에도 지속적으로 증가세를 나타낼 것으로 전망되며 이는 멕시코 국내 전자산업의 전반적인 생산량 증가로 이어질 것으로 보임.

- 그러나 2006년 7월에 예정된 대선으로 인해 대부분의 기업들이 설비투자를 미루고 있는 것으로 나타나 생산량 증가가 둔화될 것으로 보임.

- 아울러 하반기에는 대선 결과에 따라 소비심리가 영향을 받아 급속한 경기 냉각 현상이 발생할 수도 있을 것으로 업계는 전망하고 있음.

2. 유통 구조

○ 주요 대형 할인마트 시장 주도형 유통구조

- 멕시코 전자제품 유통시장은 “대형 유통체인 및 백화점협회(ANTAD)" 와 Wal-Mart로 사실상 양분되어 있다고 볼 수 있음.

<대형할인점 매출액 현황>

회사명	2005년 매출액 (기준 :백만달러)	시장점유율(%)
WALMART	15,703	51.6
SORIANA	4,727	15.5
COMERCIAL MEXICANA	3,479	11.4
GRUPO GIGANTE	3,210	10.5
CHEDRAUI	2,455	8.1
기타	854	2.9
전체	30,428	100

자료: 인터뷰 종합
주 : 환율 US$ 1 = 10.8페소 적용

- 2005년 멕시코의 대형할인마트 시장규모는 304억불 규모이며, 월마트가 전체의 51.6%, 소리아나 15.5%, 꼬마르시알 메히까나 11.4%, 히간떼 10.5%, 체드라우이가 8.1% 정도의 비중을 보임.

○ 백화점 시장 규모

- 멕시코내 종합백화점으로는 Liverpool, Palacio de Hierro, Sears가 대표적이며, Grupo Electra, Coppel은 가전제품 중심 백화점임.

<대형백화점 매출액 현황>

회사명	2005년 매출액 (기준 :백만달러)	시장점유율(%)
LIVERPOOL	2,884	34.2
GRUPO ELECTRA	2,609	30.9
COPPEL	1,118	13.2
PALACIO DE HIERRO	823	9.7
SEARS	235	2.7
기타	780	9.3
전체	8,449	100%

자료: 인터뷰 종합
주: 환율 US$ 1 = 10.8페소 적용

○ 대형 유통업체 구매방식

- 멕시코 대형유통체인들은 일반적으로 중앙구매센터를 통해 공급선을 선정하고 있으며 일부 대형 유통체인은 해외로 아웃소싱팀이나 구매팀을 파견해 직접 공급선을 물색하기도 함.

- 대부분의 유통체인의 중앙구매센터는 품목별 담당자가 있으므로, 대형유통체인 진출을 위해서는 판매하려는 제품의 구매 담당자와의 접촉이 필수임.

- 대형 유통체인 대부분은 상품가격 인하를 위해 제조업체와 직거래를 선호하며, 무역업체를 통한 거래를 기피함.

- 대형 유통체인 간 가격 경쟁이 치열하므로, 우선 저렴한 가격 제시를 중시하며, 대량 물량 제공 가능여부도 구매결정시 중요한 요소임.

- 구매의사가 있는 업체에 최초 자료 요구시 가격과 함께 1년간의 해당 제품판매 전략계획서도 함께 요구하는 경우가 일반적임.

- 동 계획서는 유통체인별로 정형화되어 있으며, 연간 정기바겐세일 횟수, 바겐세일시 유통체인 및 공급선의 분담비율, 제품 홍보 전략과 기간 및 공급선 부담률, 유통체인 마진율 등이 상세히 기재되어 있음.

3. 경쟁 현황

가. 경쟁 동향

- 멕시코 전자산업 시장에서 한국산 제품은 주로 가전, 컴퓨터, 통신 분야에서 세계 유명 브랜드 제품과 경쟁하고 있는 것으로 나타났으며 가전분야에서의 주 경쟁제품은 미국, 일본, 프랑스, 독일산 제품, 컴퓨터분야에서는 미국, 일본, 대만산 제품, 그리고 통신 분야에서는 미국, 스웨덴, 핀란드, 일본, 대만산 제품과 경쟁관계에 있는 것으로 나타남.

- 다음 표에 나타나진 않았으나 중국산 제품은 거의 전 분야에서 부상하고 있는 것으로 나타나 향후 경쟁구도에서 가장 큰 변수로 작용할 것으로 조사됨.

<분야별 경쟁 브랜드 현황>

국명	가전제품	컴퓨터	통신	산업전기	부품 및 기타
미국	Arrow Dicopel Altec Bose Delphi Delco Electronics Hamman Impac Manufacturing Shure RCA Xerox	DELL Dicopel GE Fuji Drives Hewlett Packard IBM Key Tronic NCR North American Production Sharing NPA Lexmark	ADC Baja Hughes C-Cor Conexant Electronica Lowance INTEL Lucent Marconi Motorola Pemstar Scientific Atlanta	Ensambles de Precisión GE Medical Systems Nellcor Puritan Bennett	Crydom Hecmma EPI Honeywell Jabril , Kemet Kimco Kodak Rockwell Sanmina-SCI Solectron Texas Instruments Tyco, Xymo
캐나다			Celestica		
독일	Levitec Olimpia			Siemens VDO Automotive Sylvania Festo	Vogt
프랑스	Thomson Displays Thomson Tube Components		Alcatel-Indetel		Atlinks
스웨덴			Ericsson		
네덜란드	Philips				Philips
핀란드			Nokia		Elcoteq
일본	Hitachi Consumer JVC Matsushita Mogami Panasonic, Pioneer Sanyo, Sony Toshiba, Clarion	Epson Hitachi GST Canon	Kyushu Matsusshita Nec OkiData Panasonic Communications		Hosiden Sharp TDK Totoku Kyocera Munekata Sumida
대만	Tatung	Acer Tatung	Universal Scientific Industrial		
싱가폴		Venture			Flextronics
한국	Dawoo-Orion LG Samsung	LG TGMX	LG Samsung Pantech		

자료 : CANIETI (멕시코 IT전자 산업협회)

나. 가격 동향

○ 한국산 시장 점유율이 높아지고 있는 휴대폰, 홈씨어터 제품, 등에 대한 가격 동향을 살펴보면 아래와 같음.

○ 휴대폰 제품 가격동향

(단위 : 페소, 환율 1US$=10.8페소)

	Motorola Black Razr V3 GSM 크기: 3.9 in x 2.1 in x .5 in, 무게: 3.4 oz	$1,850
	Motorola L7 크기: 11.35 cm in x 4.9 cm in x 1.15 cm in, 무게: 96 g GSM, Bluetooth, 0.3MP, 11MB, microSD/TransFlash	$2,190
	Motorola Razr V3 Blue 크기: 3.86 in x 2.08 in x 0.54 in, 무게: 3.35 oz GSM, Bluetooth, 0.3MP, 5.5MB	$2,030
	Sony Ericsson K750i GSM c/ Cámara 2.0MP 크기: 3.9 in x 1.8 in x 0.8 in, 무게: 3.49 oz	$2,990

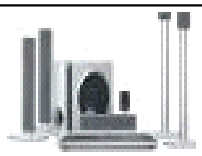
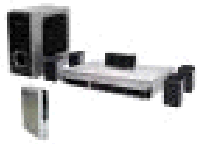
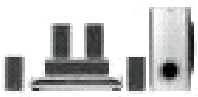
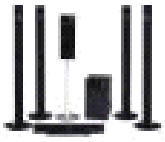
	Sony Ericsson W900i 크기: 4.3 in x .94 in x 1.9 in, 무게: 5.2 oz GSM, Bluetooth, 2MP, 470MB, Memory Stick PRO Duo Sony Ericsson - W900I -	$5,800
	Sony Ericsson W800 Teléfono GSM Bluetooth Walkman 크기: 3.9 in x 1.8 in x 0.8 in, 무게: 3.5oz	$3,490
	Nokia 6260 Teléfono Celular 크기: 4.01 in x 1.93 in x 0.91 in, 무게: 4.59 oz	$2,640
	Samsung SGH-D600 Cell Phone 크기: 3.78 in x 1.83 in x 0.85 in, 무게: 3.49 oz GSM, Bluetooth, 2MP, 81MB, TransFlash -	$3,240
	Nokia 8801 Teléfono Celular 크기: 4.21 in x 1.77 in x 0.74 in, 무게: 4.73 oz GSM, Bluetooth, 0.5MP, 64MB -	$6,440
	Nokia 3230 Cell Phone 크기: 4.29 in x 1.93 in x 0.75 in, 무게: 3.87 oz GSM, Bluetooth, 1.3MP, 6MB	$2,650

	Nokia 6600 Teléfono Celular 크기: 23.7 mm in x 58.2 mm in x 108.6 mm in, 무게: 122 g	$2 130
	Samsung SGH-E720 Cell Phone 크기: 3.58 in x 1.77 in x 0.91 in, 무게: 2.82 oz GSM, Bluetooth, 1MP, 88.5MB -	$2 590
	Siemens SL55Siemens - SiemensSl55 -	$1 940
	Siemens M65Siemens - SiemensM65 -	$1 600
	Siemens S65Siemens - SIEMENSS65 -	$2 270.00

자료: 무역관 실사

○ 홈씨어터 제품 가격 동향

(단위 : 페소, 환율 1US$=10.8페소)

	Sony DAV-FX100W Home Theater System 5.1스피커, 143 W/Channel, CD/DVD,	$6,640
	Sony DAV-FX80 Home Theater System 5.1 스피커, 143 W/Channel, CD/DVD Progressive Scan,	$4,790
	Panasonic SC-HT930 Home Theater System 5.1 스피커, 100 W/Channel, CD/DVD,	$2,830
	Philips HTS3400/37 Home Theater System 5.1 스피커, 115 W/Channel, CD Player, DVD Player, Tuner Philips - HTS3400D37	$1,940
	Samsung HT-WP38 Home Theater System 무선 스피커 5.1, 135 W/Channel, DVD/CD, Progressive Scan,	$2,290
	Sony DAV-FX10 Home Theater System 5.1 스피커, 143 W/Channel, CD Player, DVD Player, Tuner	$2,890
	Samsung HT-P1200 Home Theater System 5.1 스피커, 130 W/Channel, CD Player, Progressive Scan DVD Player, Tuner	$5,490

자료: 무역관 실사

4. 수입 및 인증제도

가. 주요 수입제도

○ 수입관세

- 지난 2002년 9월 멕시코 경제부는 전 세계적으로 관세가 인하되거나 면제될 예정인 294개의 IT 제품과 전자제품의 수입관세를 9월 5일부터 0%로 면제한다고 9월 4일자 연방관보를 통해 발표한 바 있음.

- 2002년 멕시코 정부의 IT 전자제품의 관세인하 조치는 전 세계 58개국이 이들 분야 제품의 관세면제에 합의한 Information Technology Agreement (ITA)에 따른 것임.

- 관세 면제 품목들은 당초 최저 3%에서 최고 23%까지의 관세가 부과되던 품목들이었으며, 2002년 9월 5일자로 209개의 품목이, 2003년 1월 1일부터 추가로 22개 품목, 2004년 1월 1일부로 63개 품목 등 총 294개 품목의 관세가 면제됨.

- 2002년 9월 5일 면제 : 정지형 변압기 (HS 850440), 음향기기 부품(HS 852290), 무선통신기기부품(HS 852990), 인쇄회로(HS 853400) 등 209개 품목

- 2003년 1월 1일부 면제 품목 : 모니터, 프린터, 계산기, 방송 통신용 디지털 통신기기(HS 851750), 마이크 폰, 헤드폰, 복사기 등 22개 품목

- 2004년 1월 1일부 면제 품목 : 휴대폰, 타자기, 전자계산기(인쇄 가능 계산기 포함), 비디오 폰, 팩스밀리, 유선전화용 교환기, 다중화장치(multiplexeer), 영상전신기, 재생용기기, 마그네틱 테이프, 비디오 카메라 등 63개 품목

- 그러나 비디오 모니터, 홈 씨어터 시스템 등 일부 디지털 제품에는 아직도 관세가 부과 되고 있는 것으로 나타남.

<주요 전자제품 관세율 현황>

제품	HS CODE	관 세 율		
		한국	미국	EU
휴대폰 및 부품	8517.5099 8517.9099	0%	0%	0%
디지털TV/ 모니터	8525.1002	0%	0%	0%
홈씨어터	85219099	10%	0%	0%
USB 메모리	8523.9001	0%	0%	0%

나. 인증제도

○ 멕시코 공식표준 (NOM) 마크 제도

- 멕시코 공식표준 (NOM/ Normas Oficiales Mexicanas) 마크 제도란 제품의 품질 및 안전성 면에서의 하자로 인한 환경, 공중보건 및 소비자에게 피해가 발생하지 않도록 하기 위해 안전을 해할 수 있는 제품들을 대상으로 갖춰야 할 일정 규격요건, 안전요건, 라벨링 요건 및 품질 테스트 방법, 포장방법 등을 규정한 멕시코의 공식 강제 검사 제도임.

- NOM 마크 제도는 멕시코 전역에 걸쳐 전국적으로 적용됨. 수입품의 경우 NOM마크 획득여부 심사는 관세국 (DGA) 또는 일선 세관에서 담당하며, 내국산품인 경우에는 소비자보호청 (PROFECO)에서 NOM 마크 획득여부를 심사함.

○ 안전검사대상 제품 및 라벨링 대상 제품 이원화 운영

- 멕시코는 한국처럼 위험도를 기준으로 사전검사대상품목과 사후검사대상품목을 구분하지 않고 모든 대상품목에 대해 사전검사를 의무화하고 있으며 사후적으로 NOM 충족여부를 감시하고 있음.

- 내국산품의 경우 공장출고 이전, 수입품의 경우 멕시코 도착 이전에 이미 NOM 마크를 부착한 제품만이 멕시코 시장 내에 유통될 수 있음.

- 멕시코는 동 제도를 안전검사대상 제품과 라벨링 대상 제품으로 다음과 같이 이원화하여 운영하고 있음.

① 안전검사대상 제품 : 안전요건 품목 (NORM of SECURITY)
· 소비자의 생명, 신체상의 위해 및 자연환경 훼손 우려가 있는 제품
② 라벨링 대상 제품 : 라벨링 요건 품목(NORM of LABELING)
· 제조 및 상업적 유통정보 등 라벨을 부착해야 하는 품목
(안전요건 품목과 라벨링 요건 품목이 중복되는 경우도 있음.)

○ 주요 검사.시험 기관

- 전자부문 표준화·인증 협회 (니쎄)
NORMALIZACION Y CERTIFICACION ELECTRONICA, A.C.(NYCE) :
전자제품, 전산정보 및 통신 관련제품, 타이어 등 고무제품 등 검사 시행 및 NOM 발급

- 전기부문 표준화.인증 협회 (안쎄)
ASOCIACION NACIONAL DE NORMALIZACION Y CERTIFICACION DEL SECTOR ELECTICO, A.C (ANCE) :
전기제품, 가스 관련제품, 가정용 기기 등 분야 검사 시행 및 NOM 발급

○ 연락처

- NYCE (니쎄 / 전자부문 표준화・인증 협회)
  ・주소 : AV. LOMAS DE SOTELO NO. 1097, COL. LOMAS DE SOTELCO, 11200, MEXICO D.F.
  ・TEL : 52(55) 5397-0777, 5395-0893
  ・FAX : 52(55) 5395-0700
  ・E-MAIL : nyce@nyce.org.mx
  ・WEB : http://www.nyce.com.mx/

- ANCE (안쎄 / 전기부문 표준화・인증 협회)
  ・주소 : AV. LAZARO CARDENAS 869, COL.NUEVA INDUSTRIAL VALLEJO, 07700, MEXICO. D.F.
  ・TEL : 52(55) 5747-4550
  ・FAX : 52(55) 5747-4560
  ・WEB : http://www.ance.org.mx/ie/index.asp

브라질

1. 디지털 전자 산업 개요

가. 개요

○ 브라질 디지털 전자 산업은 휴대폰, LCD 모니터, 디지털TV, 디지털 카메라 등의 제품을 중심으로 최근 4~5년간 국내 수요가 크게 늘고 있으며, 특히 휴대폰의 경우 불과 3~4년 전만 해도 소비층이 매우 제한되어 있었으나, 현재는 소득 수준 및 직업에 관계없이 꼭 필요한 필수 생활용품으로 변화됨.

○ 기술력과 장비 부족으로 수입품이 주를 이뤘던 과거와는 달리 최근 3~4년 전부터는 대부분의 디지털 전자 제품 업체가 기술력 증진에 성공하여 일부 부품을 제외하고는 모두 브라질 내에서 생산하고 있음.

○ 한국산 디지털 제품과 비교했을 때 분야를 막론하고 전반적으로 낙후되어 있으며, 한국에서는 이미 단종 되었거나 유행이 지나 인기 없는 제품이 브라질 시장에서는 뒤늦게 유행하기 시작하는 경우가 종종 있음.

나. 휴대폰

1) 시장 동향 및 특성

□ 생산 및 수요 동향

○ 브라질 통신국(Anatel)의 발표에 따르면 2006년 현재 브라질에는 약 8,620만 대의 휴대폰이 사용 중인 것으로 조사됨.

○ 불과 4~5년 전에만 해도 휴대폰은 고소득층 및 직장인 전용 제품으로 여겨졌으나 최근에는 저소득층 및 가정주부, 학생들 사이에서도 사용자가 전에 비해 눈에 띄게 증가했음.

○ 어머니날, 아버지날, 어린이날, 애인의 날, 성탄절 전후에는 휴대폰 판매량이 폭발적으로 증가하는 시기로 각 이동통신사에서는 장기할부 판매 및 각종 이벤트를 통한 판매 전략을 펼침.

○ 2005년 말 기준, 전체 사용자의 46.9%가 남동부 지역 4개 주에 거주하는 것으로 조사됐으며, 12월은 휴대폰 사용량이 가장 많이 증가한 달로 전년 동월 대비 약 31.4% 증가를 기록했음.

○ 2005년 기준, 인구 100명당 휴대폰 보유 비율은 전년 대비 27.2% 증가하였고 수도 브라질리아를 비롯한 인근 지역이 115.5%로 휴대폰 보유 비율이 가장 높은 것으로 나타남. 리오 그란데 도 술 주가 2위(64.4%), 리우 데 자네이루 주가 3위(62.5%), 마토 그로소 도 술 주가 4위(62.2%), 산타 카타리나 주가 5위(55.6%), 고이아스 주 6위(55.4%), 마토 그로소 주 7위(53.8%), 상파울루 주 8위(52.4%)의 순위로 조사됨.

○ 2006년 한해동안 판매될 것으로 추정되는 휴대폰 신제품 4,000만대 가운데 12.5%에 해당하는 500만대만이 수입품이며, 나머지 3,500만대는 노키아, 모토롤라, LG, 삼성, Ben Q 등의 브라질 내에서 생산하는 업체의 제품이 될 것으로 예상됨.

○ 기술 부문에서는 GSM 방식이 전체 휴대폰의 51.8%를 차지하고 있으며, CDMA 방식은 27.9%, TDMA는 20.2%, 아날로그 방식 휴대폰은 0.2%에 불과한 것으로 조사됨.

□ 시장 특성

○ 현재 Anatel에 등록된 휴대폰 8,620만대의 80.8%인 6,967만 대가 선불제이고, 19.2%에 해당하는 나머지 1,650만대만이 후불제임. 선불제는 모바일 게임, TV 시청 등 유료 서비스 이용이 불가능한 사양임.

○ 2005년 말 기준, 통신회사 중에서는 Vivo가 34.5%로 단연 시장점유율 1위이고, 2위는 이탈리아 업체 TIM으로 23.4%를 차지하고 있으며, 멕시코의 아메리카 모빌(America Movil)사의 브라질 자회사인 Claro가 21.6%, Telemar 그룹 소속 회사인 Oi가 11.6%를 각각 차지하고 있음.

○ 최근 들어 휴대폰이 브라질에서 사용되기 시작한 이래 처음으로 전체 휴대폰 사용 인구 중 기존 휴대폰을 신규 모델로 교체하여 사용하는 수가 신규 가입자 수를 앞지른 것으로 조사됨.

○ 올 한해 휴대폰 판매량은 약 4,000만대를 웃돌 것으로 예상되는 가운데 이중 약 67%에 해당하는 2,700만대가 기존 단말기에서 좀 더 고급 사양의 기기로 교체되는 경우이며, 나머지 1,300만대만이 신규 가입자가 구매하는 경우가 될 것으로 추정하고 있음.

2) 수출입 동향

□ 수출 동향

○ 브라질에서 제작된 휴대폰은 주로 인근 국가인 아르헨티나, 베네수엘라, 페루, 칠레 등과 미국 등지로 수출되고 있음.

기간	US$ FOB	무게(Kg)	수량	평균값
01/2006~02/2006	318,333,677	1,093,016	4,073,944	개당 US$ 78.14
01/2005~12/2005	2,406,273,044	8,901,915	32,879,248	개당 US$ 73.19
01/2004~12/2004	722,215,854	2,253,819	8,745,583	개당 US$ 82.58

자료: aliceweb
주: HS Code 8525.20.22 기준

□ 국가별 수입 동향

○ 수입 휴대폰의 경우 현재 사용 중인 휴대폰 전체 수의 5% 안팎으로 일부 부품을 제외한 대부분의 생산 공정이 현지 공장에서 이루어지고 있음.

○ 수입품의 일부는 주요 휴대폰 제조업체인 노키아, 모토롤라, 삼성, LG 등이 첨단 제품을 브라질 내 출시 전에 소비자들의 반응 테스트용으로 반입하는 자사 제품인 것으로 조사됨.

기간	US$ FOB	무게(Kg)	수량	평균값
01/2006~02/2006	21,037,456	37,843	156,666	개당 US$ 134.28
01/2005~12/2005	217,361,931	398,308	4,491,858	개당 US$ 48.39
01/2004~12/2004	134,323,729	321,740	1,060,745	개당 US$ 126.63

자료: aliceweb
주: HS Code 8525.20.22 기준

<국가별 수입동향>

국가	2004		2005		2006(1~2월)	
	US$ FOB	Share(%)	US$ FOB	Share(%)	US$ FOB	Share(%)
중국	23,789,149	17.7	101,972,689	46.9	8.809,303	41.9
미국	815,235	0.6	1,750,208	0.8	8.377,184	39.8
말레이시아	5,530,331	4.1	9,674,610	4.5	1,800,458	8.6
핀란드	18,777,913	14.0	16,418,060	7.6	1.333,923	6.3
기타	12,618,830	9.4	3,050,676	1.4	317,008	1.5
한국	58,377,409	43.5	44,075,757	20.3	282,472	1.3
헝가리	9,529,009	7.1	6,969,179	3.2	95,160	0.5
대만	2,457,788	1.8	14,903,584	6.9	13,300	0.06
독일	2,428,065	1.8	18,547,168	8.5	8,648	0.04
총계	134,323,729	100	217,361,931	100	21,037,456	100

자료: aliceweb
주: HS Code 8525.20.22

□ 향후 시장 전망

○ 브라질 최대 이동통신사인 VIVO는 최근 2년간 단말기 교체율이 20% 대에 머물렀으나, 2005년 말부터 50%대로 급상승하였고, 올해는 70% 대에 달할 것이라는 조사 결과를 발표함.

○ 이에 따라 교체로 인한 단말기 수요 증가에 대비하여 브라질내 휴대폰 생산업체 및 부품 공급업체들은 생산량을 늘리고 있는 한편, 디지털 카메라, MP3 등의 첨단 기능은 물론 경쟁력 있는 가격도 함께 겸비한 상품이 대량 출시될 것으로 예상됨. 또한, 이동통신업체의 경우는 기존 고객을 타사에 빼앗기지 않기 위해서 노력하고 있는 상황임.

○ 한편 브라질 저소득층을 중심으로 유선전화 설치비용이 비싸 선불제 휴대폰을 통신수단으로 사용하는 경우가 크게 늘고 있음.

○ 선불제 휴대폰은 월 고정비용이 없고 충전만 되어있으면 언제든지 수신이 가능하며, 크레디트가 없어도 수신자 부담 요금 형태로 전화를 걸 수 있기 때문에 저소득층 사이에선 매우 유용한 통신수단으로 인기를 얻고 있음. 따라서 첨단 기능이 부착된 고급형과 함께 저소득층을 겨냥한 기본모델도 꾸준히 수요가 증가할 것으로 예상됨.

다. 모니터(CRT/LCD)

1) 시장 동향 및 특성

□ 생산 및 수요 동향

○ 모니터 시장의 경우 지속적인 성장세를 유지하고 있으며, 특히 2001년부터 브라질에 판매되기 시작한 LCD 모니터의 경우 한국 기업인 LG와 삼성이 주도하고 있는 가운데, 2005년에 전년 대비 270%의 경이로운 성장률을 기록했으며 향후에도 계속적인 성장이 기대되고 있음.

○ 한국 기업 LG와 삼성이 33%로 모니터 시장점유율 1,2위를 차지하고 있으며, Philips, AOC, Waytec, Sony, Preview 등이 그 뒤를 잇고 있음.

○ 모니터 수요 증가 추이

모니터 수요 증가 추이 (2001~2009)						
연도	CRT모니터 (일반 모니터)	LCD 모니터	전체	CRT	LCD	전체
	단위: 대			증가율(%)		
2001	2,894,299	38,977	2,933,276			
2002	2,620,504	39,608	2,660,112	-9.5%	1.6%	-9.3%
2003	2,600,959	73,950	2,674,909	-0.7%	86.7%	0.6%
2004	3,345,739	193,183	3,538,922	28.6%	161.2%	32.3%
2005	4,077,219	715,763	4,792,982	21.9%	270.5%	35.4%
2006*	4,237,761	1,450,013	5,687,774	3.9%	102.6%	18.7%
2007*	3,870,447	2,417,183	6,287,630	-8.7%	66.7%	10.5%
2008*	3,662,481	3,227,374	6,889,855	-5.4%	33.5%	9.6%
2009*	3,467,884	4,038,460	7,506,344	-5.3%	25.1%	8.9%

자료 : IDC Brasil

주: * 예상 수치

<2005년 업체별 모니터 생산 동향>

제조회사	공식집계				비공식집계			
	수량	점유율	생산액	점유율	수량	점유율	생산액	점유율
	(대)	(%)	(R$1,000)	(%)	(대)	(%)	(R$1,000)	(%)
LG	1,131,369	33	356,927	34	0	0	0	0
Samsung	1,135,273	33	350,655	34	0	0	0	0
Philips	213,264	6	65,228	6	0	0	0	0
AOC	389,630	11	112,172	11	0	0	0	0
Waytec	35,197	1	23,169	2	0	0	0	0
Sony	2,621	0	3,135	0	0	0	0	0
Proview	502,010	15	119,649	12	0	0	0	0
Outros	18,976	1	7,114	1	17,376	100	6,938	100
Total	3,428,340	100	1,038,049	100	17,376	100	6,938	100

자료: IDC Brasil

○ 최근 LCD 모니터 생산이 급성장세를 보이고 있으며, 2008년에는 LCD 모니터와 CRT모니터 생산량이 유사해지고, 2009년에 접어들면 LCD 모니터가 CRT 생산량을 능가할 것으로 예상됨.

<CRT/LCD 모니터 생산량 비교>

(단위: 대)

연도	CRT	LCD	전체
2001	2,894,299	38,977	2,933,276
2002	2,620,504	39,608	2,660,112
2003	2,600,959	73,950	2,674,909
2004	3,345,739	193,183	3,538,922
2005	4,077,219	715,763	4,792,982
2006*	4,237,761	1,450,013	5,687,774
2007*	3,870,447	2,417,183	6,287,630
2008*	3,662,481	3,227,374	6,889,855
2009*	3,467,884	4,038,460	7,506,344

자료: IDC Brasil
주: *예상수치

<CRT LCD 모니터 성장률 비교>

(단위: %)

연도	CRT	LCD	전체
2001	-	-	-
2002	-9.5%	1.6%	-9.3%
2003	-0.7%	86.7%	0.6%
2004	28.6%	161.2%	32.3%
2005	21.9%	270.5%	35.4%
2006*	3.9%	102.6%	18.7%
2007*	-8.7%	66.7%	10.5%
2008*	-5.4%	33.5%	9.6%
2009*	-5.3%	25.1%	8.9%

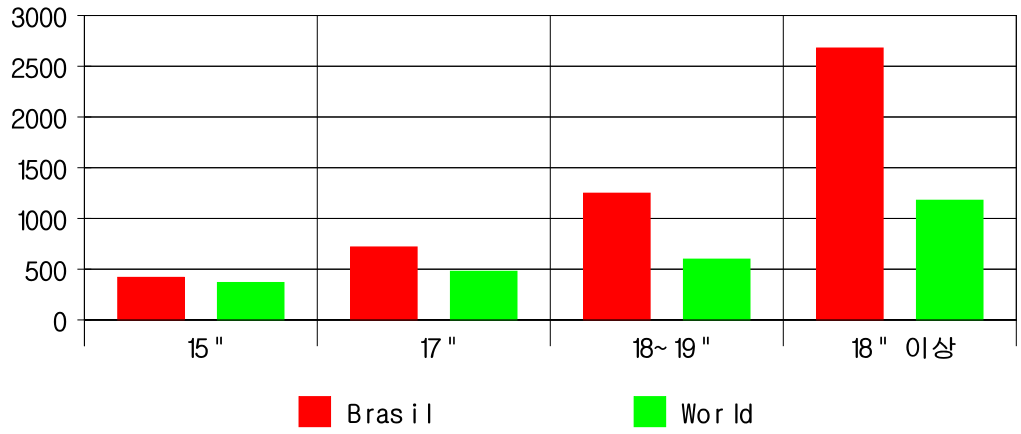
자료: IDC Brasil
주: * 예상수치

○ 2001년 기준, LCD 모니터보다 약 74배나 생산량이 크던 CRT 모니터 시장은 점점 성장률이 둔화되었으며, CRT 모니터가 소폭 성장은 유지하고 있으나 LCD 모니터에 점차 자리를 내주고 있어 2007년경부터 현저한 생산 감소 추세가 계속될 것으로 예상됨.

○ LCD 모니터 가격의 경우 화면 크기가 커질수록 세계시장 가격과 브라질 국내시장 판매가가 현저한 차이를 보이고 있는데, 18인치 이상의 경우 브라질 가격은 2,500달러 이상인데 반해 전세계적으로는 1,200달러 수준인 것으로 나타났음.

<LCD 모니터 평균 가격 비교>

(단위: US$)



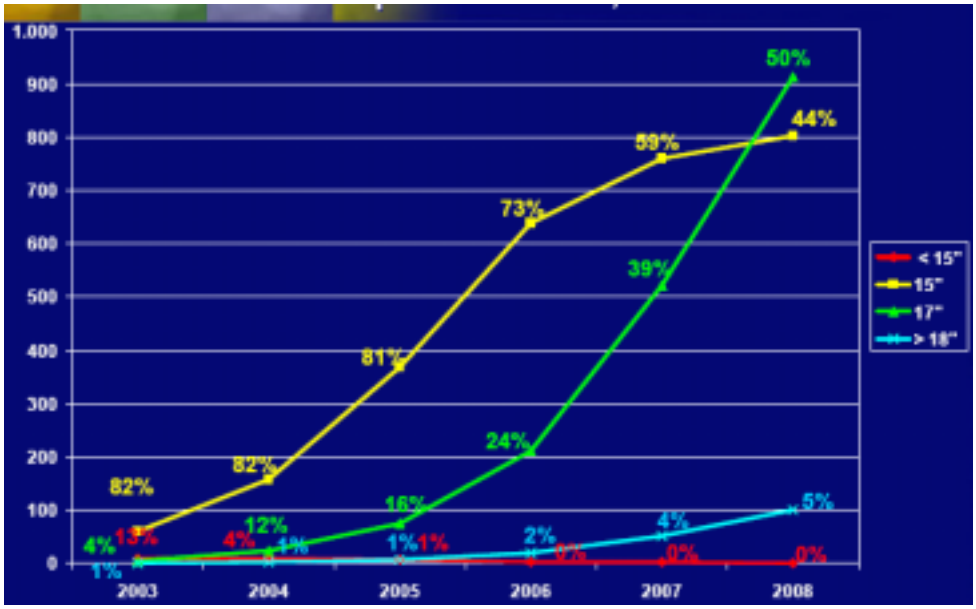
자료: IDC

□ 시장 동향

○ 2006년 현재 15인치 모니터가 59%로 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있으나 2008년에 접어들면 17인치 모니터가 50%, 15인치가 44%, 18

인치 이상 모니터가 5%로 시장을 점유, 소비자들이 비교적 큰 화면을 선호하는 추세가 점점 더 강해질 것으로 예상되며, 15인치 미만의 小화면 모니터는 거의 사용되지 않을 것으로 전망됨.

<모니터 크기별 시장 점유율 전망>



자료: IDC Brasil

2) 수출입 동향

□ 수출 동향

기간	US$ FOB	무게(Kg)	수량(개)	평균값
01/2006~02/2006	8,755	753	40	개당US$ 218.88
01/2005~12/2005	731,714	8,774	742	개당US$ 986.14
01/2004~12/2004	850,005	13,449	1.262	개당US$ 673.54

자료: Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

□ 수입동향

기간	US$ FOB	무게(Kg)	수량	평균값
01/2006~02/2006	1,144,770	8,730	1,069	개당US$ 1,070.88
01/2005~12/2005	7,007,703	70,872	12,099	개당US$ 579.20
01/2004~12/2004	3,672,648	60,413	4,977	개당US$ 737.92

자료: Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

<국가별 수입 동향>

국가	2004		2005		2006(1~2월)	
	US$ FOB	Share (%)	US$ FOB	Share (%)	US$ FOB	Share (%)
미국	1,117,383	30.4	4,598,919	65.6	806,504	70.5
일본	1,071,194	29.2	1,294,019	18.5	211,072	18.4
기타	942,069	25.7	161,558	2.3	14,263	1.2
중국	209,356	5.7	448,783	6.4	36,793	32.1
한국	124,439	3.4	80,855	1.2	33,423	2.9
독일	86,361	2.4	80,145	1.1	9,971	0.9
대만	71,874	2.0	146,295	2.1	6,634	0.6
멕시코	49,972	1.4	197,129	2.8	26,110	2.3
총계	3,672,648	100	7,007,703	100	1,144,770	100

자료: Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

라. 디지털 TV

1) 시장 동향 및 특성

□ 생산 및 수요 동향

○ 브라질에서 수년 전부터 디지털TV가 생산되고 있으며, 가전제품 매장이나 홈쇼핑 사이트를 통해 디지털 방송 시청이 가능한 LCD TV나 플

라스마 TV가 판매 중임. 일부 케이블TV 채널이나 위성방송 채널을 통해 디지털 시험방송도 시도되고 있음.

○ LCD TV 및 PDP TV의 2004년 판매량이 약 10,000대 정도로 전년 대비 3배 정도 증가하였으며 대략 2년마다 판매량이 2배 증가하고 있으며, 가격은 15~20% 정도 하락하는 추세에 있음.

○ 평면 TV, LCD TV, PDP TV의 2004년도 판매량을 모두 합산할 경우, 전체 TV 수상기 판매량의 약 15%에 해당하며, 전체 판매액의 20%를 차지하는 것으로 나타남.

○ 2004년 브라질 시장 전체 TV 수상기 판매량은 700만대(12억 달러 상당)규모로 560만대를 판매한 2003년보다 약 25%가 증가함.

○ 현재 브라질 일반 가정의 90% 이상이 TV 수상기를 가지고 있으며, 아날로그 채널과 6MHz 밴드를 사용하여 공중파 방송을 시청하고 있음.

○ 디지털TV 방송이 본격화될 경우, 기존 공중파 방송국은 아날로그와 디지털 두 종류의 방송을 동시에 병행해야 하며, 시청자는 기존의 아날로그 방송을 계속 시청하거나 컨버터(Set top box)를 구입한 후 아날로그 방식을 디지털로 교환하여 시청할 수 있음. 물론 컨버터가 내장되어 있는 새로운 TV 수상기를 구입하여 고화질 방송을 시청할 수도 있음.

○ 그러나, 대부분의 브라질 소비자들은 이제 겨우 기존 CRT 화면 TV를 평면 TV로 교체하는 수준에 머물러 있음. 2004년 기준, 평면 TV 판매량은 약 100만대로 2003년보다 두 배 증가하였고, 2005년에는 150~170만대 정도가 판매된 것으로 추정됨.

○ 공중파 TV 채널의 경우 이미 디지털화된 영상/음향 기술을 사용하고 있으며, 디지털 방송 개시와 함께 사용이 본격화될 전망임. 이에 따라

디지털TV수상기 및 Set-Top-Box 구매량이 대폭 증가할 것으로 예상됨. 이와 함께 디지털 방송 수신이 가능한 모니터의 판매량도 늘어날 것으로 예상됨.

○ LCD TV 및 플라스마 TV는 2002년부터 판매량이 점차 증가하기 시작하였으나, 아직도 브라질 소비자들에게는 쉽게 구매하기 어려운 고가 제품으로 인식되고 있음. 시사잡지 Veja 최근호에 따르면, LDC TV 및 플라스마 화면 TV는 브라질 전체 컬러 TV 시장의 0.6%를 차지하고 있음.

○ 2005년 디지털TV 생산량은 약 58,000대로 양적인 면에 있어서는 미미하나 전년 대비 약 500%의 성장을 나타내고 있음. 2008년경 LCD TV 및 플라스마 TV 생산량은 약 23만대 정도로 성장할 것으로 예상되고 있음.

○ 현재 필립스, 필코, 파나소닉, 소니, LG, 삼성 등 브라질내 대부분의 TV 생산업체가 이미 고화질 영상 시청이 가능한 제품을 생산하고 있으며, 삼성의 경우 DLP TV 생산도 추진 중에 있음.

□ 시장 특성

○ 브라질 전국에는 약 6,000만대의 TV가 보급되어 있는 것으로 추정되며, 이 가운데 20%만이 디지털 방송 수신이 가능한 모델임.

○ 전체 TV 수상기 가운데 2/3 정도는 14인치 또는 21인치의 소폭 화면에다 노후화된 기종이며, 교체하거나 컨버터를 구입할 경제적 능력이 없어 디지털 방송의 즉각적인 시청이 불가능한 저소득층 가정이 보유한 수상기로 조사됨.

○ 전면적인 디지털 방송에 앞서 유료채널들이 시험적으로 디지털 방송을 시도할 예정이며, 2004년 기준 360만명으로 조사된 유료채널 시청자들이 우선적으로 디지털 방송용 수상기를 구입하거나 Set-Top-Box를 구입할 것으로 예상됨.

○ 브라질에는 수입시 부과되는 높은 관세로 인하여 대부분의 업체들이 수입을 지양하고 현지 생산을 시도하여, 현재는 일부 부품을 제외하고는 TV 생산 공정의 거의 대부분이 현지에서 이루어지고 있음.

○ 주요 생산업체로는 삼성, LG, Gradiente, Toshiba, Philips, Philco, Sony, Sharp 등이 있음.

○ 다수의 TV 업체가 브라질 국내에서 생산라인을 가동하고 있기 때문에 정상적인 방법으로 LCD TV 나 플라스마 TV를 수입하는 업체는 없으나 일부 업체들이 한국, 중국 등의 제품을 파라과이 또는 마이애미를 경유하여 국내 시장으로 밀반입하는 경우가 있는 것으로 알려져 있음.

○ 브라질에서 디지털TV 방송이 본격적으로 이루어지는 시기는 지금부터 10~15년 후가 될 것이라는 전망이 나오고 있는 가운데, 정부는 디지털 방송을 위한 사전준비로 TV 송출방식 선택 단계에 있음.

○ 브라질 정부는 각 관련 부처 및 ANATEL(정보통신국)과 함께 디지털 TV 시스템 도입 추진위원회를 결성하고 조만간 송출방식, 서비스 종류, 방송 개시 시기 등을 결정할 예정임.

○ 디지털TV 방송이 시작되면 고품질의 음향 및 영상을 감상할 수 있는 고화질 TV(HDTV) 방송 시청이 가능해지고 TV를 통한 각종 정보 입수 및 상품을 구입할 수 있는 시청자-방송국간 쌍방향 교류가 가능해짐. 브라질에서는 케이블TV 업체 Net가 일부 가입자들을 대상으로 제

한적으로 디지털 방송을 실시하고 있으며, TV를 통해 음악 감상, 게임, 쇼핑, 프로그램 구입이 가능함.

○ 디지털 방송의 성공 열쇠는 아날로그 방식을 디지털로 교환하는 컨버터(Set top box)를 대량 생산하여 저렴한 가격으로 공급할 수 있느냐에 달려있는 것으로 조사됨.

○ 현재 거론되고 있는 디지털TV 송출 방식은 세 가지 종류로 자세한 내용은 다음과 같음.

<송출방식>

종류	ATSC	DVB	ISDB
Video Digitalization	MPEG-2	MPEG-2	MPEG-2
Audio Digitalization	DOLBY AC-3	MPEGMPEG-2 ACC	MPEMPEGG-2 AAC
Multiplexation	MPEG	Modulation COFDM	Modulation COFDM
Sign Transmission	Modulation 8-VSB	MHP	ARIB
Middlesare	DCAP		
사용 국가	미국, 캐나다, 멕시코, 한국	유럽, 아시아, 아프리카, 오세아니아 다수 국가	일본

○ Set Top Box의 경우, 유럽 방식 DVB용은 기본형이 233 헤알[14], 고급형이 662 헤알에 판매되고 있음. 미국 시스템 ATSC용 컨버터는 이보

14) 2005년 3월22일 기준, 1달러=2.15 헤알

다 8~10 % 비싼 가격에 판매되고 있고, 일본 시스템 ISDB용은 유럽 방식보다 15~18 % 정도 비싼 것으로 조사됨.

○ 세 종류의 송출방식은 특징, 가격, 장단점, 혜택 등을 고려한 여러 가지 측면에서 평가되고 있으며, ISDB 즉 일본식 디지털TV 방식 채택이 유력시되고 있으나 관련 업체 및 단체에서는 여러 가지 이유를 들어 일본식 시스템 도입에 반론을 제기하고 있는 상태임.

- 반대 의견 : 필립스, 노키아 등은 ISDB 방식을 채택할 경우 고가의 Set Top Box 생산비용이 발생하는 것은 물론 일본식 디지털TV 시스템의 호환성 부족으로 인해 휴대폰 등의 이동통신 단말기를 통해 디지털 방송을 시청할 수 없다는 이유를 들어 반대의 입장을 표명하고 있음. 필립스의 경우 브라질 시장에서 판매되는 동사 TV 제품 중 85%가 14~20 인치로 고화질 TV 방송 효과를 느낄 수 없다는 점도 강조하고 있음.

- 찬성 의견 : LG와 삼성은 브라질 정부가 일본식 디지털TV 시스템 도입 고려에 찬성하고 있음. 특히 플라스마 TV, LCD TV 등 디지털 방송이 가능한 TV 수상기를 이미 생산하고 있는 LG의 경우는 컨버터인 Set Top Box도 생산할 예정임. 삼성도 아직 구체적인 계획을 발표하지 않았으나 브라질 정부의 발표에 찬성하는 입장이며 LG와 유사한 계획을 가지고 있는 것으로 알려짐.

2) 수출입 동향

○ LCD TV나 플라스마 TV를 칭하는 구체적인 HS Code는 아직 없으며, 통상 TV 수상기를 칭하는 8528.12.90를 사용하기 때문에 정확한 수출입 통계자료를 알 수 없음.

□ 수출동향

기간	US$ FOB	무게(Kg)	수량	평균값
01/2006~02/2006	10.507.396	1,632,911	90,387	개당US$ 116.25
01/2005~12/2005	74.524.733	12,769,137	761,876	개당US$ 97.82
01/2004~12/2004	99.580.672	17,443,777	1,004,862	개당US$ 99.10

자료: Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

□ 수입동향

기간	US$ FOB	무게(Kg)	수량	평균값
01/2006~02/2006	7,875,543	302,889	17,511	개당US$ 449.75
01/2005~12/2005	29,337,704	949,741	35,268	개당 US$ 831.85
01/2004~12/2004	10,618,989	253,499	12,273	개당US$ 865.23

자료: Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

<국가 별 수입 동향>

국가	2004		2005		2006(1~2월)	
	US$ FOB	Share (%)	US$ FOB	Share (%)	US$ FOB	Share (%)
벨기에	1,467,095	13.8	6,983,816	23.8	2,672,357	33.9
중국	2,303,157	21.7	4,550,679	15.5	2,192,505	27.8
한국	2,565,922	24.2	7,370,575	25.1	1,201,660	15.3
멕시코	170,114	1.6	4,755,036	16.2	1,098,256	13.9
미국	1,157,070	10.9	1,669,728	5.7	370,526	4.7
일본	1,131,189	10.7	2,102,440	7.2	193,325	2.5
기타	816,623	7.7	569,618	1.9	69,828	0.9
대만	154,387	1.5	216,549	0.7	42,188	0.5
스페인	3,963	0.03	144,829	0.5	31,898	0.4
북한	849,469	8.0	974,434	3.3	0	0
총계	10,618,989	100	29,337,704	100	7,875,543	100

자료: Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

마. 디지털 카메라

□ 개요

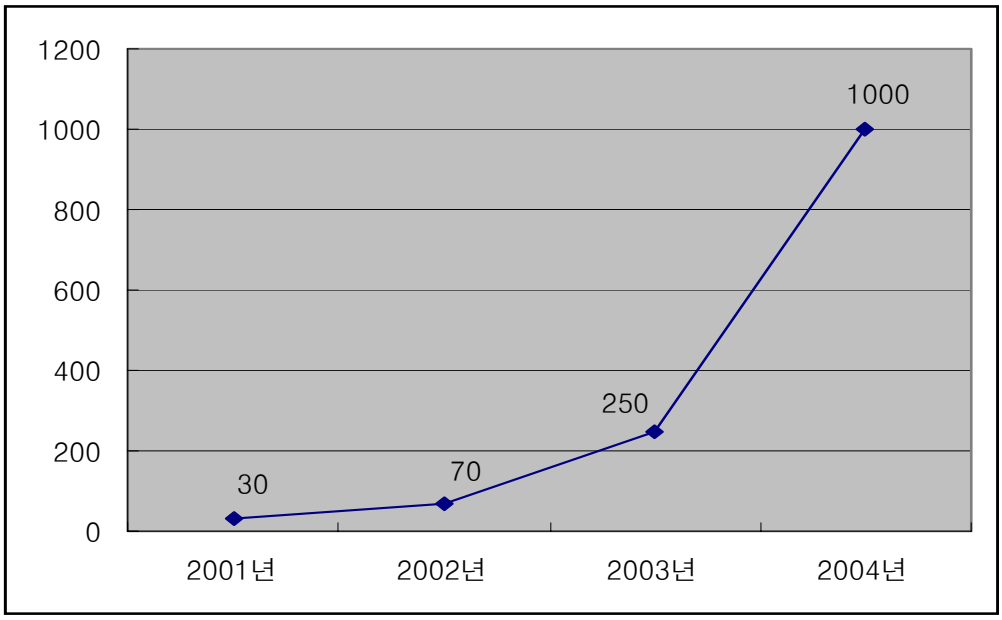
○ 디지털 카메라 시장에 관련된 공식적인 통계자료는 없으나, 2004년 기준 약 300만대의 디지털 카메라가 국내에 반입된 것으로 알려져 있으며, 일부는 부품을 수입하여 현지에서 조립한 경우와 나머지는 정식 수입절차를 통하지 않고 비공식적으로 들여온 것으로 추정됨. 부품 수입 후 브라질 현지 공장에서 조립한 제품, 관광객들이 반입한 제품, 파라과이를 통하거나 기타 다른 불법적인 경로를 통해 밀수된 제품 등으로 볼 수 있음.

○ 현재까지 생산 과정이 100% 브라질 현지에서 이루어지고 있는 디지털 카메라 제품은 없으며, 대부분이 핵심 부품을 수입한 후 현지에서 조립하는 형태로 생산되고 있음.

○ 2001년 30만대에 불과했던 브라질 시장 내 디지털 카메라 판매량은 2002년에 들어서 70만대, 2003년에는 250만대, 2004년에 접어들어서는 전년 대비 4배가 증가한 1,000만대에 달했음. 현재 브라질 소비자들이 사용하고 있는 카메라의 약 21%가 디지털 제품, 79%가 일반 제품인 것으로 조사됨.

<디지털 카메라 판매 동향>

(단위: 만대)



자료: Fhox

○ 2004년 한해 동안 브라질 시장에서 판매된 카메라는 약 300만대(모든 기종)이며, 이 중 일반 카메라가 70%, 디지털 카메라가 30%를 차지했으나 향후 디지털 카메라 판매율이 점차 일반 제품을 앞서가게 될 것으로 예상됨.

○ 디지털 카메라 사용 증가와 함께, 카메라용 플래시 메모리 판매량도 늘어나고 있는 것으로 조사되어 2004년 기준 약 500만개의 메모리 카드가 판매된 것으로 나타남.

○ 2004년 기준, 메모리 카드 종류 중 MS 타입이 30%, SD 타입이 47%, 기타 23% 의 비율로 판매된 것으로 조사됨.

2. 유통 구조

□ 휴대폰

○ 브라질 시장에서 휴대폰 단말기 생산업체의 경우 이동통신사와 밀접한 관계를 유지하며 공생하는 사이임. 소비자들은 휴대폰 구입시 제조업체를 먼저 선택하기 보다는 이동통신사를 먼저 선택하고 이어서 단말기를 선택하는 경우가 대부분임. 단말기 제조업체가 최종 소비자를 대상으로 직접 판매에 나서는 경우는 없으며, 소비자들은 VIVO, TIM, CLARO, OI 등 주요 이동통신사 매장을 찾아 원하는 휴대폰 모델을 선택하는 것이 일반적임.

○ 휴대폰 제조업체들은 통신사 별로 단말기를 차별하여 생산하고 있으며, 가전제품 판매업체인 Ponto Frio, Casas Bahia, Electro, Fast Shop 등에서는 특정 이동통신사와 계약을 맺은 후 이에 맞는 단말기만을 판매하여 즉석에서 전화 개통을 하고 있음.

○ 따라서 휴대폰 제조업체는 이동통신사 매장을 통해 제품을 판매하거나 대형 가전제품 판매업체와 직거래하는 방법을 사용하여 제품을 유통시키고 있는 것으로 조사됨.

□ 기타 디지털 전자제품

○ LCD 모니터, 디지털TV 등 대부분의 가전제품이 유사한 경로를 통해 유통됨. 즉 생산업체와 대형 가전제품 전문 판매업체 또는 홈쇼핑 업체 등과 직거래가 이루어지며 중간도매나 소매업체를 찾아보기 어려움.

○ 디지털 전자제품의 경우, 가전제품 일체를 취급하는 Ponto Frio, Casas Bahia, Electro, Fast Shop 외에도 본래는 대형 도서판매점이지만 컴퓨터 제품 및 디지털 전자제품 코너를 별도로 마련하고 있는 FNAC 매장이나 Kalunga와 같은 대형 문구도매센터에서도 판매되고 있음.

3. 경쟁 현황

가. 경쟁 동향

□ 휴대폰

○ 브라질 휴대폰 생산업체로는 노키아, 모토롤라, 지멘스, LG, 삼성, 교세라, Benq, 팬택 등이 있으며, 노키아가 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있음.

□ LCD 모니터

○ LCD 모니터 생산업체로는 LG, 삼성, 소니, 필립스, AOC, Waytec, Preview 등이 있고 LG와 삼성이 각각 33%의 시장점유율로 1위를 차지하고 있음.

□ 디지털TV

○ 디지털TV 역시 LG, 삼성, 소니, 필립스, 파나소닉, 도시바, 샤프 등의 업체에 의해 생산되고 있으며, 출시된 지 얼마 되지 않은 제품이라 정확한 통계자료는 없지만 LCD TV나 플라스마 TV(42")의 경우 한국기업 LG나 삼성 제품의 시장점유율이 매우 높은 것으로 조사됨.

□ 디지털 카메라

○ 디지털 카메라 생산 업체 중 Sony가 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있으며, Kodak, Samsung, Canon, Olympus, HP, Nikon, Pentak 등 업체의 제품이 주요 브랜드임.

나. 가격 동향

□ 휴대폰

○ 휴대폰의 경우 월정액 후불요금제 채택시 단말기를 무료로 주는 경우부터 3,000 헤알대 고급 사양의 고가 모델까지 다양한 가격의 제품이 판매되고 있음.

○ 1~2년 전에 비해 고급 기능이 부착된 단말기 가격이 대폭 하락된 편이며, 카메라, MP3등의 기능이 부착된 단말기도 300~400 헤알(1달러= 2.13 헤알) 선에서 구입이 가능해졌음.

□ LCD 모니터

○ 1~2년 전에 비해 가격이 많이 내렸으나 아직도 CRT 모니터보다는 현저하게 비싼 편임. 15인치의 경우 400~500 달러, 17인치는 경우 700 달러, 18~19인치는 1,200~1,300 달러, 18인치 이상은 2,500 달러 내외로 판매되고 있음. 브라질서 생산된 LCD 모니터는 같은 크기 화면의 세계시장 가격보다 비싸게 팔리고 있으며, 특히 18인치 이상의 대형 화면의 경우는 브라질 제품이 세계시장 평균 가격보다 2배나 비싼 것으로 조사됨.

□ 디지털TV

○ LCD TV의 경우 14인치 이상(15, 17, 20, 26, 30, 32인치 등)의 화면을 가진 TV 수상기가 디지털 방송 기능을 가지고 있으며 가장 저렴한 모델의 가격은 약 2,500~3,000 헤알(1달러=2.13헤알)로 조사됨.

○ 플라스마 TV의 경우 42인치 이상의 모델에서 디지털 방송 수신 기능이 있으며 시중 판매가는 8,000~12,000 헤알로 약 11,000 달러에 판매되었던 1년 전에 비하면 약 50% 정도 하락한 가격에 판매되고 있음.

□ 디지털 카메라

○ 디지털 카메라 가격대는 사양과 기능에 따라 많은 차이를 보이며, 150~200 헤알의 간단한 모델부터 4,000 헤알을 웃도는 전문가용까지 다양한 모델이 시중에 유통되고 있음. (1달러=2.13헤알)

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도(수입관세/비관세 장벽 등)

□ 관세제도 및 비관세 장벽

○ 브라질 관세제도는 1976년 제정된 관세법에 기초하였으며, 종가세제로서 수입물품의 CIF 가격에 대해 관세가 부과됨. 브라질의 관세율표는 HS 분류체제를 기초로 하여 품목을 세분화한 메르코수르 공동 상품분류기준인 NCM(Nomenclatura Comum do Mercosul)을 사용함.

○ 비관세 조치로는 반덤핑 조치, 세이프가드 조치, 식품 및 위생품 ANVISA(위생관리국) 등록 등이 있음. 한국산 나이론사가 반덤핑 조치에 걸려있으나 2006년 6월에 해제될 예정이며, 세이프가드 조치는 주로 중국산 섬유를 대상으로 하는 규제조치이기 때문에 디지털 전자제품과 직접적으로 관련된 비관세 조치는 없음.

○ 관세 및 수입장벽은 브라질 정부의 시장개방 정책에 힘입어 상당 부분 완화된 상태이나 1998년부터 공정무역 정착을 명분으로 통관검사 및 불법수입에 대한 단속을 강화하고 있음.

□ 수입관세

○ 대외공동관세의 경우 관세율이 0~20% 사이임. 전기전자, 섬유류, 소비재 등 완제품의 경우 관세율이 보통 14~20% 사이이며, 브라질에서 생산되지 않는 제품이나 부품의 경우 관세율이 0%이거나 저관세율을 적용함.

○ 브라질은 국내 경제의 악화와 외채 부담의 과중에 따른 외환수지 악화로 인해 그동안 극단적인 보호무역정책을 추진해 왔으나 1991년부터 국내 시장에 대한 정부개입을 점차 배제하고 자유경쟁원리에 입각한 경제 운영을 위해 시장개방에 따른 수입자유화정책을 단행하였음.

□ 기타 제세

○ 공업제품세(IPI)

- 브라질의 공업제품세(IPI)는 1982년 법령 제 87.981호에 의거해 거의 대부분의 공산품에 부과되는 연방세임. 국내 상품일 경우 판매시기를

기준으로 하고 수입상품은 세관신고 시점을 기준으로 함. 품목에 따라 0~80%의 공업제품세가 부과되며 평균 세율은 15% 정도임.

○ 상품유통세(ICMS)

- 상품유통세는 브라질 주정부가 수입품과 국내 제품에 부과하는 부가가치세로서 세율은 각 주별로 상이하여 평균 17% 수준임. 예를 들어서 상파울루 주의 상품유통세는 18%임.

- 수입품의 경우 수입가격(CIF)에 관세와 IPI가 적용됨. 한편 건설, 광산, 전력, 액체 및 가스 연료 그리고 지역에 따라 기계설비 분야에 대해서는 상품유통세가 면제되며, 대부분의 브라질산 수출에도 동 세금이 면제됨.

○ 사회기여금세(PIS/COFINS)

- 사회기여금세는 종전의 경우 국내생산 제품에만 부과해 왔으나 2004년 5월부터 수입품에 대해서도 9.25%를 부과하고 있음.

□ 주요 디지털 상품 관세

○ 휴대폰 (HS Code 8525.20.22 기준)

- I.I. (Importing Tax) : 16%
- IPI (Tax over Industrialized Products) : 15%
- ICMS (State Tax over Sales, as for State of Sao Paulo) : 18%
- PIS/Pasep (Social Integration Tax) : 1.65%
- Cofins (Additional Mandatory Contribution to the Financing of Social Security) : 7.6%

○ LCD 모니터(HS Code 8528.21.90 기준)

- I.I. (Importing Tax) : 20%
- IPI (Tax over Industrialized Products) : 20%
- ICMS (State Tax over Sales, as for State of Sao Paulo) : 18%
- PIS/Pasep (Social Integration Tax) : 1.65%
- Cofins (Additional Mandatory Contribution to the Financing of Social Security) : 7.6%

○ 디지털 TV(HS Code 8528.12.90 기준)

- I.I. (Importing Tax) : 20%
- IPI (Tax over Industrialized Products) : 20%
- ICMS (State Tax over Sales, as for State of Sao Paulo) : 18%
- PIS/Pasep (Social Integration Tax) : 1.65%
- Cofins (Additional Mandatory Contribution to the Financing of Social Security) : 7.6%

나. 주요 인증제도

□ 개요

○ 휴대폰의 경우 ANATEL(Agencia Nacional de Telecomunicacao : 정보통신국)에 등록을 의무화하고 있으며, 기타 다른 전자제품은 ABNT (Associacao Brasileira de Normas Tecnicas : 브라질 기술규정협회), INMETRO(Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial : 도량형, 품질관리원)에서 규정하는 품질인증을 받을 것을 권장하고 있음.

□ ABNT (Associacao Brasileira de Normas Tecnicas)

○ ABNT는 AMN(Associação Mercosul de Normalização), COPANT (Comissão Panamericana de Normas Técnicas), IEC(International Electrotechnical Commission), ISO(International Organization for Standardization) 등과 같은 국제인증기관의 브라질 국내 공식 대표기관으로 다음과 같은 인증서를 발행함.

ABNT R EMPRESA REGISTRADA	ABNT 기업 품질 인증 기업 품질을 증명하는 인증으로 ISO 9001:2000 의 기준에 근거하여 인증서를 발행함.
ABNT Q MARCA DE CONFORMIDADE	ABNT 제품 품질 인증 특정 제품이 브라질 또는 세계 기준에 적합한 품질을 보유하고 있음을 증명하는 인증. 품질 인증 씰(seal)을 제품에 부착함
ABNT S MARCA DE SEGURANÇA	ABNT 안전도 인증 특정 제품이 브라질 또는 세계 기준에 적합한 안전도를 보유하고 있음을 증명하는 인증. 품질 인증 씰(seal)을 제품에 부착함

- 주소 : Av. Paulista, 1313, 7ºF, sala 712, Cep: 01311-923, São Paulo, SP, Brazil
- Pone : (55-11) 3289-1544 - 전기전자제품 품질관리 부서
- Fax : (55-11) 3289-2179
- E-mail : cobei@cobei.org.br
- Site : www.abnt.org.br

□ ANATEL

○ 통신부 산하 기관으로 정보 통신 관련 모든 제품 및 서비스의 품질을 관리함. 휴대폰의 경우 동 기관 등록을 의무로 하고 있음.

○ 본부

- 주소 : SAUS Quadra 06 Blocos C, E, F e H, CEP 70.070-940 - Brasiia - DF, Brazil
- Tel : (55-61) 2312-2000
- Site : www.anatel.gov.br

○ 상파울로 사무실

- 주소 : Rua Vergueiro, 3073, Vila Mariana - CEP 04101-300 São Paulo/SP
- Tel : (55-11) 2104-8800
- Fax : (55-11) 2104-8815
- Site : www.anatel.gov.br

□ INMETRO

○ 도량형 및 각종 제품의 품질을 관리하는 정부 기관으로 개발 상공부 소속임.

- 주소 : Av. Nossa Senhora das Graças, 50, Xerém, Duque de Caxias - RJ - CEP: 25250-020, Brazil
- Tel : (55-21) 2679-9001
- Site : www.inmetro.gov.br

사우디아라비아

1. 디지털전자 시장개요

가. 시장 동향 및 특성

□ 생산 및 수요동향

○ 생산동향

- 사우디아라비아는 석유산업이 전체산업의 약 70%를 차지하고 있어 석유의존도가 매우 높은 편이며, 제조업은 전체산업 중에서 18.5%로 취약한 편이고 석유화학산업이 제조업의 주류를 형성하고 있음.

- 전자산업의 경우, 사우디 자국내 생산기반이 매우 취약한 편이고, 에어컨, 냉장고, 칼라TV 등 일부 전자제품이 외국기업과 합작을 통해 국내 생산되고 있는 상황임.

- 전자제품 중 에어컨 생산이 가장 활발한 편인데, 사우디는 1967년도에 젯다 소재의 ZamZam Coolers Factory에서 에어컨 생산을 시작으로 꾸준히 생산시설을 확대하여 현재는 연간 166만대의 생산능력을 보유하고 있음. 현재 외국브랜드로는 Carrier, Gibson, York과 Falcon 등의 브랜드가 조립 생산되며, Saudi Air Conditioners Factory는 Carrier 브랜드로 연간 36만대 이상을 생산하고 있음.

- LG전자는 2006년 4월 사우디의 독점 공급업체인 HG 이브라힘 샤커社와 연간 25만대 규모의 에어컨 합작생산공장을 설립키로 계약을 체결하여 2007년 하반기부터 생산할 계획임.

- 냉장고의 경우 1971년도에 리야드 소재 Modern Factory of Water Coolers가 냉장고 생산을 시작하여 현재는 합작투자 기업을 포함해 24개의 제조업체가 연간 51만 1천대의 냉장고 생산능력을 보유하고 있으며, 수요의 약 60%를 공급하고 있음. Kelvinator, Falcon, Admiral,

Westinghouse, Gibson 등 외국산 브랜드가 조립생산되고 있으며, 지난 20년 동안 제품의 품질이 크게 향상되었고, 또한 생산량도 크게 증가하였음.

- 칼라 TV의 경우에는 "Saudi Arabian Television Mfg. Co."사가 유일하게 미국과 말레이시아로부터 부품을 수입하여 현지 조립하고 있는 실정이나, 생산량은 시장수요의 5%에도 미치지 못하고 있는 실정임.

- 사우디는 약 2억 7,000만 달러(10억 리얄)를 투자하여 'Jadialo'라는 브랜드의 휴대폰 생산을 발표한 바 있으나, 현재까지 휴대폰 생산은 전무한 실정임.

- 전반적으로 디지털 TV, LCD모니터, 평판디스플레이, 휴대전화기 등 최신 기술의 첨단 디지털전자제품의 생산시설은 전무한 실정이며, 전량 수입에 의존하고 있음.

○ 수요동향

- 사우디 디지털전자시장의 전체 수요는 통계자료의 부재로 인해 정확한 규모를 예측하기 어려우나, 에어컨(공기조절기), 냉장고, 세탁기, 건조기, 컴퓨터 데이터 디스플레이 장치유선전화기, 송수신기기, 휴대폰, 텔레비전, 신호기기 등의 전자제품 수요는 2004년 기준 30억달러 정도의 규모를 나타내고 있으며, 시장규모는 2003년에 30%, 2004년에 20%의 성장을 나타냈음.

- 전자제품 중 에어컨의 경우는 사우디아라비아의 기후 특성상 수요가 가장 높은 품목으로 현재 인구 1,000명당 681대의 에어컨이 보급되어 있고, 신규 및 교체수요를 포함하여 연간 200만대에 달함.

- 특기할 사항은 수입상품 중 대부분은 인근 걸프국가로 재수출되고 있는데, 휴대폰 수출의 전량은 수입제품임.

<사우디아라비아 연간 전자시장 규모>

(단위 : 백만달러)

구분	생산	(재)수출	수입	수요	
계	908	226	2,269	2,951	
에어컨, 공기조절기	620	163	343	800	가정, 상업용포함
냉장고, 냉장설비	250	23	238	465	"
휴대폰	-	11	500	489	
칼라TV	8	9	150	149	디지털TV포함
컴퓨터모니터	-	-	43	43	
기타	30	20	995	1,005	

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia 및 무역관 자료종합, 추정

□ 시장 특성

○ 가격과 브랜드가 시장을 지배

- 사우디 전자시장의 주요 특성 중의 하나는 소비자들이 가격에 크게 민감하여 가격경쟁이 치열하다는 것임. 전자제품의 품질이 매년 향상되고 있고 중국 등 후발 국가들의 저가 제품 다량 공급으로 소비자들의 선택의 폭이 확대되면서 가격이 결정적인 구매요인으로 작용.

- 그러나, 디지털 전자제품 등 고급기술제품의 경우에는 브랜드 지향이 매우 높아 일본, 독일, 미국 등 선진국 제품의 수요가 많은 편임.

○ 에이전트 중심의 시장

- 사우디 현지법에 의하면, 유통업의 경우에는 외국기업이 단독으로 진출할 수 없게 되어 있는데, 2005년까지는 외국기업이 50%이상의 지분을 가질 수 없게 되어 있었으나, 2005년 12월 사우디의 WTO 가입에

따라 유통업에 대한 외국인 투자범위가 확대되어 2006년도에 51%까지 2008년도에 75%까지 외국인 보유 지분 한도가 향상되었음.

- 이러한 제도적 제한에 따라 사우디의 모든 전자시장에서의 유통시장은 사우디 에이전트가 중심이 되는 구조를 형성하고 있음. 따라서, 시장 진입을 위해 에이전트의 선정이 무엇보다도 중요한 사항임.

○ 다양한 구매계층

- 사우디아라비아의 인구는 약 2,300만명이며, 이중 약 1/3이 외국인으로서 구매계층이 다양한 특징을 보이고 있음

- 주로 중류층 이상인 사우디인들은 고급브랜드 제품을 선호하고 있으며, 저소득층과 외국인 노동자의 경우에는 중국, 태국산 등 저가제품을 선호하고 있어 가격에 따라 구매계층이 뚜렷이 구별되고 있음.

○ 전자제품 판매시즌 존재

- 사우디는 이슬람 종주국으로서 이슬람 최대 명절인 라마단과 하지기간을 중심으로 판매시즌의 정점을 맞게 됨.

- 라마단과 하지기간 중에는 주로 전자제품, 주방용품 등에 대한 소비자들의 구매활동이 가장 왕성한데, 수입 및 유통업체의 대부분은 3-4개월 전부터 동 시즌을 준비하고 있으며, 동 기간 중 판매량은 연간 판매량의 절반에 가까울 정도임.

- 특히, 하지(성지순례월) 기간 중에는 전 세계로부터 200만명이 넘는 순례객들이 일시에 사우디로 몰려와 이슬람 성지인 메카, 메디나와 인근 도시인 제다를 중심으로 전자제품의 판매가 최고조에 이름.

○ 크게 4대 상권으로 형성

- 사우디 전자시장은 리야드, 까심, 타북 등 중북부지역 시장(35%), 제다, 메카, 메디나를 중심으로 하는 서부지역 시장(35%), 담맘, 쥬베일 등 동부지역 시장(15%), 아브하, 카미스, 타이프 등 예맨 근접한 남부지역 시장(15%)으로 크게 구분되며, 이중 리야드와 제다를 중심으로 하는 시장이 대표적임

나. 수출입 동향

□ 수출동향

○ 에어컨, 냉장고 위주 수출

- 사우디에 생산시설이 있는 에어컨과 냉장고를 제외한 전자제품의 수출은 거의 없는 실정이며, 이들 제품의 경우에도 품질수준이 낮아 걸프 인근국가나 수단 등 아프리카 동부지역 위주로 수출이 이루어지고 있음

○ 휴대폰 등의 수출은 수입제품 재수출

- 유선 전화기기류, 휴대폰의 수출은 연간 1,300~1,600만 달러 정도의 규모이나 거의 수입제품을 재수출하는 경우에 해당되며, 수출국가도 인근 걸프지역 및 아프리카 동부지역으로 이루어지고 있음

<2004년 전자제품 수출현황>

(단위 : 천달러)

HS Code	구분	수입제품 재수출	수출	계
	계	45,071	180,708	225,779
8415	에어컨	4,537	158,930	163,467
8418	냉장고	4,012	18,686	22,698
8517	유선전화기기류	12,358	445	12,803
8525	휴대폰, 송신기기	15,394	629	16,023
	기타	8,770	2,018	10,788

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

□ 주요품목별, 국가별 수입동향

○ 수입총괄

- 디지털 전자제품의 수입은 2004년도에 22억 7,000만 달러를 기록하여 전년대비 18.5%가 증가하였으며, 2003년도에는 전년대비 30%가 증가한 바 있어 수입수요는 매년 큰 폭으로 늘어나고 있음

- 국가별로는 중국, 독일, 한국 순이며, 중국산 전자제품의 수입은 최근 급격히 증가하여 2002년 6위, 2003년 3위, 2004년 1위의 시장점유율을 기록함.

- 한국은 2002년과 2003년도에는 1위를 기록하였으나, 중국제품의 다량 유입과 고급제품 위주의 독일산 약진으로 2004년도에는 중국, 독일에 이어 3위로 밀려났으나, 독일과는 거의 비슷한 수준임.

<연도별, 국별 전자제품 수입동향>

(단위 : 천달러)

	국별	2002	2003	2004	증감	증감률	점유율
1	중국	89,173	195,548	338,519	142,971	73.11%	14.92%
2	독일	128,445	158,719	278,383	119,664	75.39%	12.27%
3	한국	213,952	275,824	278,188	2,364	0.86%	12.26%
4	미국	172,126	216,779	227,280	10,501	4.84%	10.02%
5	태국	64,139	109,735	141,799	32,064	29.22%	6.25%
6	일본	101,564	120,627	132,301	11,674	9.68%	5.83%
7	핀란드	145,196	171,695	130,465	-41,231	-24.01%	5.75%
8	헝가리	49,110	61,024	103,601	42,577	69.77%	4.57%
9	프랑스	38,069	35,651	94,797	59,146	165.90%	4.18%
10	말레이지아	48,971	77,247	72,693	-4,554	-5.89%	3.20%
11	영국	48,249	55,517	54,286	-1,231	-2.22%	2.39%
12	스웨덴	36,798	96,652	53,877	-42,775	-44.26%	2.38%
13	대만	15,412	29,898	46,618	16,720	55.92%	2.06%
14	아일랜드	48,251	33,557	35,990	2,433	7.25%	1.59%
15	이태리	27,059	37,119	34,411	-2,708	-7.29%	1.52%
	기타	246,081	239,303	245,297	5,994	2.50%	10.81%
	계	1,472,595	1,914,895	2,268,505	353,610	18.47%	100.00%

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

주 : HS 8415, 8418, 8450, 8471, 8517, 8525, 8527, 8528, 8531 국별수입실적 합산 통계임

○ 휴대폰

- 2004년도 사우디 휴대폰(HS 8525.2070) 수입은 전년대비 46% 증가한 5억 달러를 기록하였으며, 휴대폰 수입증가는 2003년도에 32% 증가한 데 이어 지속적으로 큰 폭으로 확대되고 있음.

- 독일산 휴대폰 수입이 114%가 늘어난 1억 8,200만 달러를 기록하여 36.4%의 시장점유율로 핀란드를 제치고 1위로 부상하였음. 핀란드산 휴대폰은 2003년도에 1억 4,000만 달러로 41%의 시장점유율을 기록하였으나 2004년도에는 28%가 감소한 1억 100만 달러에 그침. 그러나, 헝가리산 휴대폰 수입은 핀란드 Nokia 현지공장 생산품으로서 브랜드 기준으로는 Nokia(핀란드)가 1위를 확고히 차지하고 있음.

- 2004년도 한국산 휴대폰 수입은 전년대비 97% 증가한 4,960만 달러를 기록하여 시장점유율 10%를 기록하면서 빠른 신장세를 보여주고 있으며, 삼성, 엘지 휴대폰은 현지에 널리 알려져 있는 인기품목임.

<휴대폰 수입현황>

(단위 : 천달러, %)

	2002	2003	2004	증감률(%)	시장점유율(%)
계	308,801	343,040	500,361	45.9	100.0
독일	77,555	85,012	181,968	114.0	36.4
핀란드	126,155	139,820	101,242	-27.6	20.2
헝가리	41,157	51,438	85,763	66.7	17.1
한국	17,870	25,182	49,591	96.9	9.9
중국	20,031	7,207	25,575	254.9	5.1
기타	26,034	34,381	56,222	63.5	11.2

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia
주: HS 8525.2070 : Cellular 'Mobile" Transmission and Receiving Sets

○ 에어컨

- 사우디 에어컨 시장에서 수입상품이 금액기준 42%, 물량기준 15%를 차지하고 있는데, 2004년도 에어컨 수입은 총 2억 6,000만 달러를 기록하였으며, 이중 자동 조절형 벽걸이 에어컨이 전체의 78%인 2억 373만 달러를 기록하여 90%이상이 벽걸이형 수입임.

- 한국산 벽걸이 에어컨 수입은 8,770만 달러로 전년대비 18% 감소하였으나, 여전히 43% 시장점유율로 1위를 고수하고 있으며, 태국산과 중국산이 2위와 3위를 각각 기록하고 있음.

- 특히, 단일 브랜드로서는 19%에 달하는 가장 높은 시장점유율을 기록하고 있는 LG전자는 2006년 4월에 현지 독점에이전트인 HG 이브라힘 샤크사와 에어컨 합작생산공장 설립계약을 체결하여 2007년 하반기부터는 연간 25만대 규모의 에어컨 생산공장을 가동할 예정으로 있어 한국산 브랜드의 에어컨 시장점유는 보다 확대될 전망임.

<벽걸이 에어컨 수입현황>

(단위 : 천달러, %)

	2002	2003	2004	증감률(%)
계	96,296	176,593	203,728	15.4
한국	51,233	106,677	87,698	-17.8
태국	19,818	36,711	45,844	24.9
중국	2,851	16,893	45,034	166.6
바레인	11,456	6,342	11,005	73.5
미국	1,226	2,515	5,074	101.7
기타	9,712	7,455	9,072	21.7

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia
주 : HS 8415.1020 : Air conditioners(Freon), Self-Contained Wall Unit

○ 가정용 냉장고

- 냉장고 시장의 약 50%는 수입품이 차지하고 있는데, 2004년도 사우디의 가정용 냉장고 수입은 전체적으로 6,000만 달러를 기록함.

- 한국산 가정용 냉장고의 수입은 전년대비 26%가 증가한 2,300만 달러를 기록하여 38%의 시장점유율을 차지, 1위를 고수하고 있으며, 태국산과 중국산이 2위와 3위를 각각 기록하고 있음.

<가정용 냉장고 수입현황>

(단위 : 천달러, %)

구 분	2002	2003	2004	증감률(%)	시장점유율(%)
계	44,766	53,824	60,461	12.3	100.0
한국	19,123	18,323	23,025	25.7	38.1
태국	5,952	11,363	10,184	-10.4	16.8
중국	3,467	5,775	6,452	11.7	10.7
미국	6,587	8,056	5,971	-25.9	9.9
대만	796	1,512	1,550	2.5	2.6
기타	8,841	8,795	13,279	51.0	21.0

자료원 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia
주: HS 8418.10, 8418.21, 8418.29

○ 칼라TV

- LCD TV, PDP 등 디지털 TV를 포함한 칼라TV 수요의 대부분은 수입산이 차지하고 있으며, 디지털 고급 TV의 경우는 전량 수입제품에 의존하고 있음

<칼라TV 수입현황>

(단위 : 천달러, %)

	2002	2003	2004	증감률(%)	시장점유율(%)
계	128,589	130,647	150,552	15.2	100.0
중국	21,646	28,188	45,022	60.1	29.9
말레이지아	36,314	38,509	40,267	4.6	26.8
한국	32,231	32,000	25,035	-21.8	16.6
태국	16,417	13,865	19,825	43.0	13.2
일본	9,164	7,114	6,986	-1.8	4.6
인도네시아	5,551	5,175	6,542	26.4	4.4
기타	7,266	5,866	6,875	17.2	4.6

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia
주 : HS 8528.12.10 Color TV sets for household use

- 2004년 칼라 TV의 수입은 전년대비 15.24%가 증가한 1억 5,000만 달러를 기록하였음.

- 중국산 칼라 TV가 전체 수입시장의 30%로 점유율 1위를 기록하고 있으며, 말레이시아가 그 뒤를, 한국은 2,500만 달러 수출로 칼라TV 수입시장의 점유율 3위를 기록하고 있음

○ 위성수신기

- 2004년 사우디 위성수신기 수입은 전년대비 32.4% 증가한 4,500만 달러를 기록하였으며, 이중 한국은 전체 수입시장의 63.5%인 2,900만 달러를 수출하여 시장점유 1위를 확고히 하고 있음.

- 중국과 남아공으로부터의 수입도 크게 증가하여 중국산 수입은 1,300만 달러, 남아공산 수입은 100만 달러를 각각 기록하였음.

<위성수신기 수입현황>

(단위 : 천달러, %)

	2002	2003	2004	증감률(%)	시장점유율(%)
계	23,136	34,273	45,379	32.4	100.0
한국	19,204	25,322	28,812	13.8	63.5
중국	1,520	7,773	13,044	67.8	28.7
남아공	1,274	645	1,104	71.2	2.4
기타	1,138	533	2,419	353.9	5.3

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia
주: HS 8528.12.91 Satellite receiver

○ 컴퓨터 모니터

- 2004년 LCD 모니터 등 컴퓨터 모니터 수입은 전년대비 91.8%가 증가한 4,300만 달러를 기록하였으며, 중국산이 수입시장의 45.7% 기록

- 한국산 모니터의 수출은 부진하여 2004년도에 전년대비 18%가 감소한 85만 달러 수출에 그침.

<컴퓨터 모니터 수입현황>

(단위 : 천달러, %)

	2002	2003	2004	증감률(%)	시장점유율(%)
계	14,923	22,568	43,291	91.82	100.00
중국	5,995	10,314	19,781	91.79	45.69
미국	984	1,957	5,267	169.14	12.17
일본	1,375	1,793	3,956	120.64	9.14
말레이지아	-	1,612	3,562	120.97	8.23
인도네시아	-	315	2,249	613.97	5.20
한국	659	1,042	850	-18.43	1.96
기타	6,569	8,504	14,287	68.00	33.00

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia
주: HS 8471.6000 Input and Output Unit

다. 향후 시장 전망

□ 풍부한 오일머니 바탕, 높은 성장 전망

○ 세계 최대의 산유국이자 석유수출국인 사우디아라비아는 석유관련 산업이 전체 산업의 약 70%, 수출의 약 90%를 차지하고 있는데, 최근 고유가에 따른 풍부한 오일머니의 유입으로 정부재정수지 흑자가 크게 늘어나고 경제성장세가 지속되고 있으며, 성장세는 당분간 지속될 전망임.

○ 전자산업의 경우 국내 제조시설의 기반이 취약하여 수입제품의 쟁탈전이 가속화되고 있는 형상이며, 개인의 소득증가에 따른 구매력 향상과

디지털전자제품의 기술향상, 신제품 출시 등과 함께 수요는 꾸준히 창출되고 증가될 전망임.

○ 전자산업은 특히 정보통신시장의 확대와 병행하여 연평균 20%내외의 성장세가 당분간 이어질 전망임.

□ 정보통신시장 확대와 병행한 동반 성장 전망

○ 전자산업은 특히 정보통신시장의 확대와 병행하여 연평균 20%내외의 성장세가 당분간 이어질 전망임.

○ 사우디 정보통신 시장은 2005년 기준 32억 달러 규모로 최근 몇 년간 연평균 10%대의 높은 성장세를 이어가고 있으며, 휴대폰 사용자의 폭발적인 증가와 함께 휴대폰 수요가 늘어나고 있고, 높은 인구증가에 따른 새로운 세대의 구성 등으로 가정에서의 에어컨, 냉장고 수요도 꾸준히 늘어나는 추세임.

○ 디지털 전자와 정보통신 시장의 융합현상과 함께 관련 제품들의 수요 패턴의 변화가 예상되면서 향후의 사우디 디지털 전자시장은 고급 첨단 기술제품 위주로 성장세를 이끌어 갈 것으로 전망됨.

2. 유통구조

□ 현지 유통시장 구조

○ 전자제품의 유통구조는 대부분 비슷한 형태를 띠고 있는데, 특이할 사항은 외국기업이 단독으로 유통시장에 진입할 수 없다는 점임. 다만,

사우디의 WTO 가입(2005.12.11)에 따라 2006년부터는 외국인 지분한도를 51%, 2008년까지는 75%까지 확대할 계획이어서 외국업체의 유통시장 진출 전망을 밝게 하고 있음.

○ 전자제품 유통시장은 ①제조업자 → 에이전트(수입업자) → 유통업자 → 소매업자 → 소비자의 경로나 ②제조업자 → 유통업자 → 소매업자 → 소비자 또는 ③제조업자 → 에이전트(수입업자) → 유통업자 → 소매업자 → 소비자 등 유통구조가 다양함.

○ 외국업체의 경우 현지에 직접 단독 법인설립이 불가능하고 에이전트를 통해서만 공급이 가능하기 때문에 위의 ①과 ③의 유통구조를 보여주고 있음.

○ 냉장고, 에어컨 등의 수입업자 또는 유통업자의 경우 통상 여러 브랜드를 취급하고 있고, 유통경로도 유통업자마다 상이한 실정이어서 일률적인 유통구조를 보이지는 않고 있음.

□ 아국 수출상품에 적정한 유통경로

○ 외국업체가 직접 판매법인을 설립하여 유통업에 참여하는 것은 현지법에 의해 불가능하여 현지의 수입 에이전트나 지역 대표자를 지정하여야 하는데, 에이전트 선정이 제품의 경쟁력 확보 이상으로 중요한 문제임.

○ 에이전트의 형태와 업무, 권한의 범위는 매우 중요한 요소로서 에이전트의 능력에 따라 수출실적이 크게 좌우될 수 있으므로 대도시에 소재하면서 전국적인 네트워크를 확보하고 있는 에이전트를 선정할 필요가 있음.

○ 에이전트 계약은 사우디 상공부 뿐만 아니라 지역상공회의소에 등록되

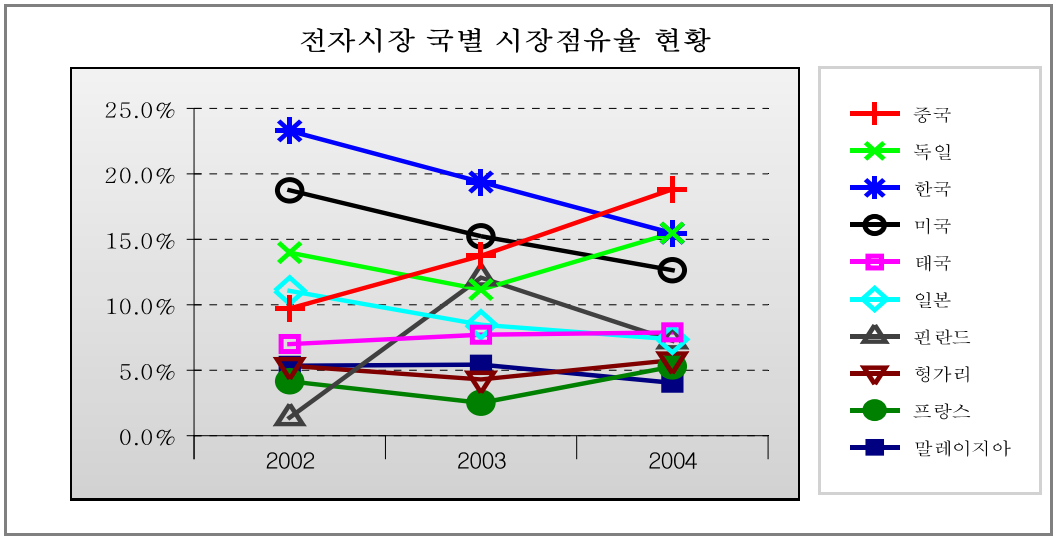
어야 하는데, 에이전트를 교체할 경우에는 기존 에이전트의 동의를 얻어야 하기 때문에 에이전트 선정에 신중을 기하여야 함.

3. 경쟁현황

가. 경쟁 동향

□ 전체시장에서의 경쟁 동향

○ 전자시장 전체적으로는 중국이 14.9%의 점유율로 1위를 기록하고 있고, 독일과 한국이 각각 2위와 3위를 기록하고 있음.



자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

○ 중국산은 2002년도에 10%의 시장점유율을 기록하였으나, 저가 제품의 다량유입으로 인해 시장점유율이 매년 급격히 증가하고 있음.

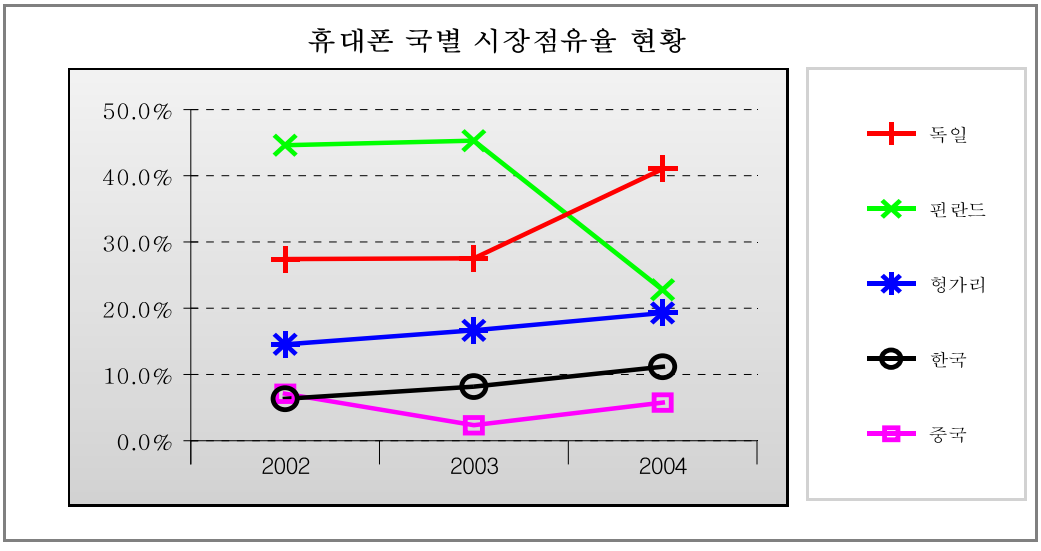
- 이에 대한 반작용으로 한국산 제품은 2002년과 2003년에 1위를 기록하였던 시장점유율이 2004년도에는 중국에 뒤쳐지는 결과를 나타내었음

○ 전체적으로 한국제품은 저가제품 시장에서는 중국, 태국산과, 고가제품의 시장에는 독일, 미국, 일본산 제품과 경쟁관계에 있음.

□ 휴대폰

○ 독일산 휴대폰은 2002년도에 시장점유율 3위를 차지하였으나, 2003년도 2위, 2004년도에는 1위를 차지함.

○ 반면, 핀란드의 경우 2002~2003년 연속적으로 1위를 지켰으나, 2004년도에는 독일에 이어 2위를 기록하였음. 그러나, 헝가리에서 수입되는 휴대폰은 Nokia 현지공장에서 생산된 제품이므로 실제로 Nokia 브랜드가 시장점유율 1위를 기록하고 있음.



자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

○ 한국산 휴대폰은 점진적으로 상승하고 있으나, 2004년도 기준 10%의 점유율로 4위를 기록하고 있음. 삼성, LG 휴대폰의 경우 인기가 많은 제품으로 향후 시장 확대가 전망됨.

□ 벽걸이 에어컨

○ 사우디 에어컨 시장은 물량기준으로 국내산이 80%, 수입산이 20% 정도의 시장을 차지하면서 비교적 경쟁이 치열한 상품임.

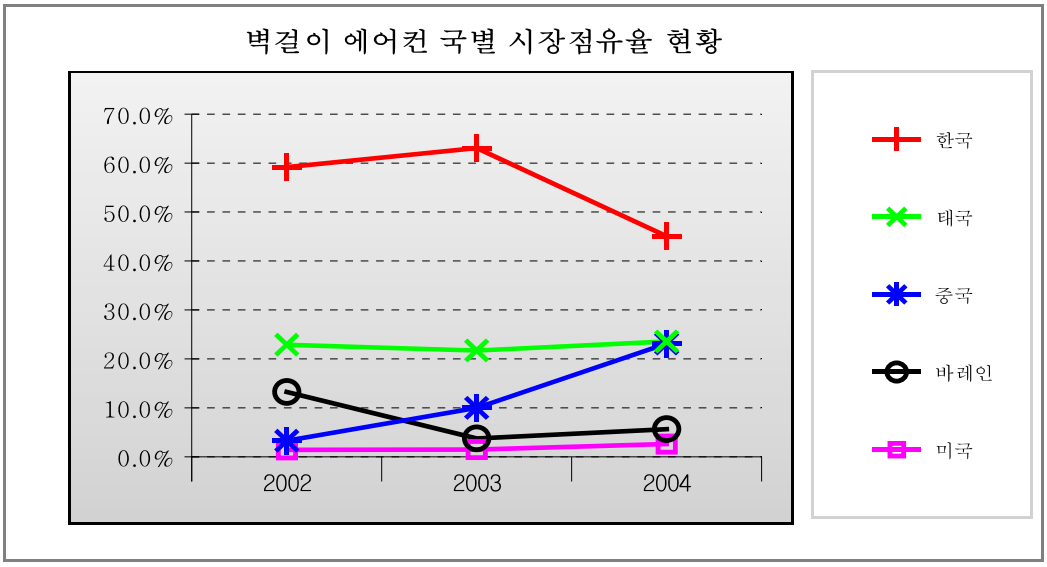
○ 사우디는 1967년도에 젯다 소재의 ZamZam Coolers Factory에서 에어컨 생산을 시작으로 꾸준히 생산시설을 확대하여 현재는 연간 166만대의 생산능력을 보유하고 있음.

○ 사우디에서는 Zamil Air Conditioner Industry가 가장 큰 공장을 운영하고 있는데, 연간 57만 5천대의 생산능력을 보유하고 있고 전체 국내 수요의 약 35%를 차지하고 있으며, 제2의 제조업체는 National Factory of Air-conditions로서 41만 6,500대의 생산능력을 보유하고 있어 25.1%를 차지하고 있음. 동사는 30만대의 창문형 에어컨, 10만대의 분리형 에어컨 생산능력을 보유하고 있음.

○ 한편, Carrier, Gibson, York과 Falcon 등 외국브랜드가 국내에서 생산되고 있는데, Saudi Air Conditioners Factory는 Carrier 브랜드로 연간 36만 천대를 생산하고 있으며, 이중 32만 5천대가 창문형이며, 9천대는 중앙 유니트형, 2만 7천대는 분리형임. Saudi Factory of Electrical Appliances사는 연간 12만 8천대 생산능력을 보유하여 4번째 큰 제조업체임.

○ 수입시장에서 벽걸이 에어컨의 경우 한국산이 확고한 1위를 지키고 있음. 그러나, 시간이 지날수록 중국산 저가의 에어컨 유입에 따라 시장 점유율이 계속 하락 추세에 있음.

○ 한국산 에어컨의 경우에는 LG전자 휘센, 만도위니아 등 한국산 제품이 가격대비 품질 우수성으로 현지에서 수요가 많은 편이나, 중국산의 품질이 개선되면서 저가를 무기로 한 가격경쟁력을 바탕으로 한국산이 차지하던 부문을 상당히 잠식하면서 시장점유율을 크게 확대하고 있는 추세임



자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

□ 가정용 냉장고

○ 사우디의 모든 종류의 냉장고 시장은 물량기준으로 국내산이 64%, 수입산이 36%를 차지하면서 치열한 경쟁을 하고 있음.

○ 사우디는 1971년도에 리야드 소재 Modern Factory of Water Coolers가 냉장고 생산을 시작하여 현재는 합작투자 기업을 포함하여 24개의 제조업체가 연간 51만 천대의 냉장고 생산능력을 보유하고 있음.

- 사우디아라비아의 냉장고 제조업체들은 또한 Kelvinator, Falcon, Admiral, Westinghouse, Gibson 등 외국산 브랜드를 생산하고 있는데, 지난 20년 동안 제품의 품질이 크게 향상되었고, 또한 생산량도 크게 증가하였음.

- 국내산 냉장고는 품질 및 가격경쟁력이 확보되어 있을 뿐만 아니라 외국유명브랜드 업체와 합작투자로 인지도도 양호하여 수입산을 대체하고 최근에는 수출도 증가하고 있는 성과를 거두고 있음.
- 국내에서 생산되는 냉장고 중 약 50%인 25만 5천대는 가정용이며, 진열용 냉장고는 9만 8천여 대로 19.3%를 차지하고 있음.

<국내 종류별 냉장고 생산현황>

구 분	생산량(대)	비중(%)
계	511,076	100.0
Household refrigerators	255,000	49.9
Non-standardized shape display refrigerators	98,840	19.3
Various shapes and sizes cooling and freezing equipment	78,490	15.4
Water coolers of various sizes and shapes	68,746	13.4
Vending machine	10,000	1.9

자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

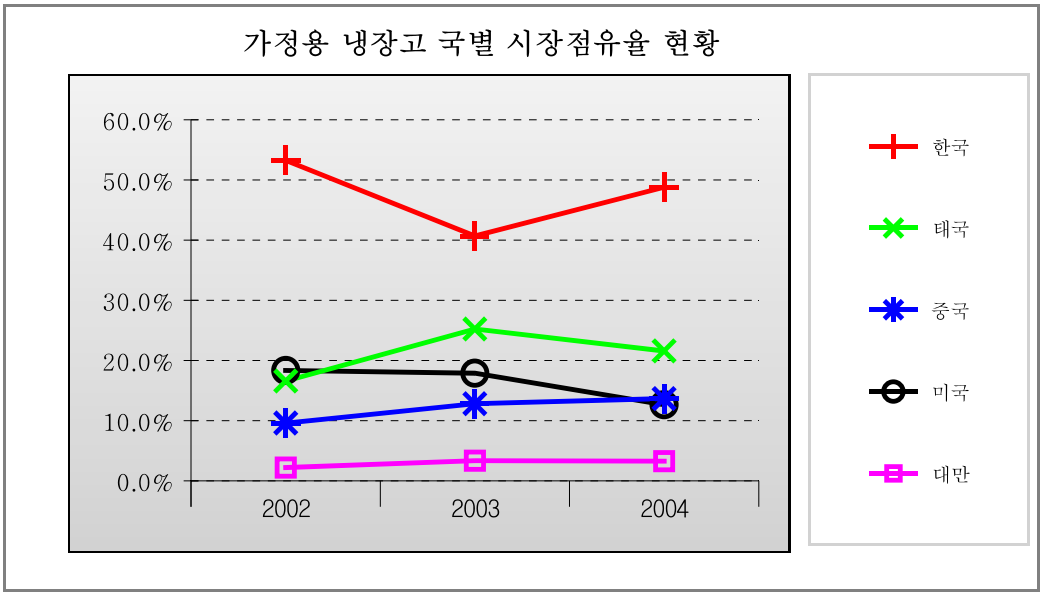
○ 한편, 수입제품의 경우에는 세계 유명 브랜드들이 거의 대부분 시장에 진출해 있어 국내산과 경쟁을 하고 있는데, 수입산은 전체 시장 수요의 약 36%(물량기준)를 차지하고 있음.

○ 사우디 냉장고 시장에 진출해 있는 외국 브랜드는 Akai, Philco, Gibson, Whilrpool, Hatachi, Kilvinator, Indesit, Admiral, Mitsubish, Samsung,GE, Daewoo 등임.

○ 2004년도 사우디의 가정용 냉장고 수입은 전년대비 12% 증가한 6,000만 달러를 기록하였고, 한국산 냉장고수입은 전년대비 26%가 증가한 2,300만 달러를 기록하여 38%의 시장점유율로 수입시장에서 절대적 우위를 기록하고 있음.

○ 전년대비 10%의 감소가 있었으나, 한국산 다음으로 태국산 수입이 1천만 달러를 유지하였고, 중국산 수입은 12%가 증가한 645만 달러를 기록하여 3위를 차지함.

○ 미국산 냉장고는 25%이상 하락하여 시장점유율이 10%미만으로 떨어져 중국산에 3위 자리를 내 주었음.



자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

□ 칼라 TV

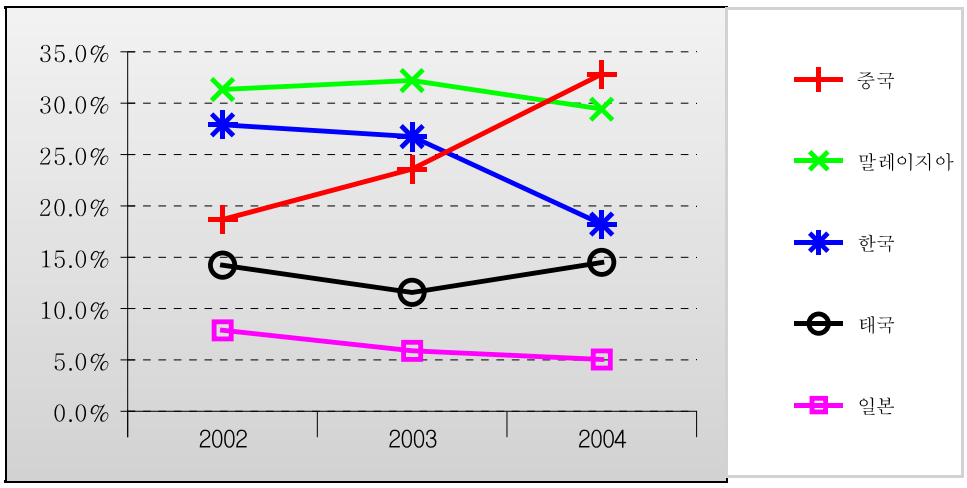
○ 사우디에는 “Saudi Arabian Television Mfg. Co."사가 유일하게 말레이시아와 미국과의 합작을 통한 칼라 TV를 생산하고 있으나, 규모는 지극히 미미한 수준으로 대부분의 칼라 TV 수요는 수입산이 차지하고 있어 경쟁이 매우 치열한 편임.

○ 일본, 미국, 한국, 네덜란드 등 주요 TV 메이커 제품은 거의 다 진출해 있는 상황임.

○ LCD TV, PDP TV 등을 포함한 칼라 TV 수입시장에서 중국산이 2002년 이후 급격히 유입되어 2004년에 시장점유율 1위를 기록함.

○ 한국산은 2004년 수출이 급감하면서 시장점유율에서 3위로 떨어진 상태에 있음.

칼라 TV 국별 시장점유율 현황



자료 : Department of Statistics, Ministry of Planning of Saudi Arabia

○ 그러나, 중국, 태국, 말레이시아 등으로부터의 칼라 TV 수입은 일본, 한국산 브랜드가 주종을 이루고 있으며, 한국 및 일본산 TV는 LCD, PDP 등 첨단 기술제품 위주로 시장을 확대하고 있는 상황임.

나. 가격 동향

□ 안정적인 물가로 제품가격도 안정

○ 사우디 물가상승율은 0.5%~1% 범위내로서 매우 안정적이며, 이러한 물가안정은 유통되는 모든 제품에 대해 영향을 미치고 있음. 특히, 전자제품의 경우에는 수입제품 간 가격경쟁력이 매우 치열하게 전개되고 있고, 기술발전과 함께 원가절감을 통하여 가격이 안정 또는 인하되고 있는 추세임.

□ 에어컨 가격동향

○ 사우디의 물가는 수년간 큰 변동이 없이 안정세를 나타나고 있어 에어컨의 경우에도 가격은 수년간 크게 변하지 않는 양상을 나타내고 있으며, 다만, 용량, 디자인 등 제품의 속성에 따라 가격의 차이가 있을 뿐임.

○ 사우디의 에어컨 가격은 수요가 많은 만큼 경쟁이 치열한 편으로 가격도 비교적 저렴한 편에 속하는데, 현지 소매점에서 판매되고 있는 에어컨의 가격수준은 다음과 같음.

- 1.5R/T 창문형 에어컨은 대당 US$293(SAR1,100)에서 US$395 (SAR1,480)까지 형성.

- 2.5R/T 스탠드형 에어컨은 US$1,173(SAR4,400)에서 US$1,523 (SAR5,714) 까지의 수준을 보여주고 있음.

○ 브랜드, 디자인, 모델별 가격 비교

- 사우디에는 다양한 브랜드가 진출해 있는데, 미국산 York 브랜드 제품(1.5R/T)을 100으로 했을 때, 일본산은 34.5%로 높은 수준이며, 한국산은 비슷한 수준, 국내산과 미국산 Gibson 브랜드는 13-18%정도 비싼 수준에 판매되고 있음.

<브랜드별 에어컨 소매가격 비교>

(단위 : SAR)

구분	미국 (York)	미국 (Gibson)	일본 (Mitsubishi)	한국 (L.G)	사우디 (Zamil)
1.5 R/T	1,100	1,307	1,480	1,119	1,250
비율(%)	100	118.8	134.5	101.7	113.6
2.0 R/T	1,360	1,520	1,750	1,470	1,450
비율(%)	100	111.8	128.7	108.1	106.6

자료 : 현지시장 실사
주 : US$ 1 = SAR 3.75

□ 냉장고 가격동향

○ 안정적인 물가수준에 따라 냉장고의 가격도 수년간 크게 변하지 않는 양상을 나타내고 있으며, 용량, 디자인 등 제품의 속성에 따라 가격의 차이가 있을 뿐임.

○ 사우디의 냉장고 가격은 수요가 많은 만큼 경쟁이 치열한 편으로 가격도 비교적 저렴한 편에 속함.

○ 한국산 냉장고의 품질은 일본산에 뒤지지 않으면서 가격은 미국산과 현지산과 비슷한 수준을 보여주고 있어 비교적 경쟁력을 갖추고 있으나, 기술 발달에 따라 냉장고 품질이 향상되면서 저가를 무기로 한 중국산의 진출로 한국산 제품의 시장 방어 어려움에 직면하고 있는 실정임.

□ 휴대폰

○ 소매가격동향

(단위 : US$)

브랜드(회사)	모델명	가격
Nokia	9300	600
"	7260	250
"	6630	470
"	6230	320
"	6020	200
Siemens	S65	125
Sony Ericsson	J210i	80
"	6230	320
Samsung	SGH-E800	250
"	SGH-X480	130

자료 : 현지유통상가 실사

□ LCD, PDP TV

○ LCD, PDP TV는 일본, 한국산이 주류를 형성하고 있는 가운데, 중국산 제품도 진출해 있음.

○ LCD TV 32“ 경우 가격대는 US$1,900~2,800까지 다양한 분포를 보여주고 있으며, PDP TV 42”의 경우에는 US$2,100~3,700까지 분포를 나타내고 있음.

○ LCD TV 소매가격동향

(단위 : US$)

브랜드(회사)	모델명	가격	비고
JVC	LT-Z32S2	2,500	32"
"	LT-32AX5	1,900	32"
Panasonic	TX-32LX500X	2,050	32"
"	TX-26LX1	2,800	32"
Haier	L30CV6-A1	1,780	32"
Samsung	323T	2,100	32"

자료 : 현지유통상가 실사

○ PDP TV 소매가격동향

(단위 : US$)

브랜드(회사)	모델명	가격	비고
JVC	PD-Z42DX4	3,700	42"
Daewoo	DPP-4240	2,100	42"
Hair	P46C3A	2,400	42"
Philips	42PF7320	2,300	42"

자료 : 현지유통상가 실사

4. 수입제도 및 인증제도

가. 주요 수입제도 (수입 관세/비관세 장벽 등)

□ 수입관세

○ 사우디의 관세는 사우디 통치기본법(Basic Law of Governance) 제20조에 의거 내각에서 세율을 결정하고 왕령에 의거 확정되는데, 관세 적용 품목의 분류는 HS 2002 기준에 따라 분류하고 있음.

○ 현재, HS 8단위 기준으로 7,177개 품목을 구분하고 있으며, 8단위 중 처음 6단위는 HS분류기준에 따르고 나머지 2단위는 사우디 기준에 따르며, 관세는 종가세 제도로 통상 관세율은 무관세, 5%, 12%, 20%로 구분하고 있음.

○ 식품과 기초필수품(의약품 대부분 포함)과 개발프로젝트를 위한 기자재 수입은 무관세이며, 일반상품의 경우에는 5%, 자국산업 보호를 위하여 자국에서 생산되어 성장이 예상되는 품목은 12%, 국내 제조상품과 경쟁관계에 있는 유치산업 보호품목은 20%의 관세를 적용

○ 전자제품의 경우 에어컨과 냉장고 등 국내 제조시설이 존재하여 자국산업 보호가 필요함에 따라 12%의 관세를 적용하고 있고, 나머지는 거의 5%를 적용하고 있음.

<전자제품 관세율>

HS Code	품목	관세율(%)
84151020	Air Conditioners(freon), Self-contained wall units	12
84151090	Other self-contained wall air conditioners	5
84152000	Air condition for cars	5

85158121	Central Freon Air Conditioner, Refrig and Reserse Valve	12
84158129	Other Freon air onditioners, refrig and reverse valve	12
84158190	Other air conditioners, refrigeration and reverse valve	5
84158221	Other Freon central air conditioner with refrigeration	12
84158229	Other Freon air conditioners with refrigeration units	12
84158321	Central freon air conditioners without refrigeration	12
84158390	Other air conditioners without refrigeration unit	5
84159000	Parts for air conditioners	5
84181000	Combined refrigerator-freezers, with separate doors	5
84182100	Compression-type household refrigerators	12
84182200	Absorption-type, electrical household refrigerators	12
84182900	Other household refrigerators	12
84183000	Freezers of the chest type, 800L or less	12
84184000	Freezers of the upright type, 900L or less	12
84185000	Refrigerating or freezing display counters and the like	12
84186100	Compression freezers with heat exchanging condenser	5
84186910	Potable water coolers	12
84186930	Beverage cooling machines	5
84186940	Refrigerating or freezing rooms over 900L	12
84186950	Appliances for making ice cubes	5
84186990	Other refrigeration equipment; heat pumps	5
84189910	Compression-type refrigerating units	5
84189990	Other parts for refrigeration equipment	5
84501100	Fully automatic washing machines, capacity 10KG or less	5
84501200	Other washing machines, centrifugal dryer, 10KG or less	5
84501900	Other washing machines, 10KG or less capacity	5
84502000	Washing machines with capacity over 10KG	5
84509000	Parts for washing machines	5
84711000	Analogue or hybrid automatic data processing machine	5
84713000	Calculators	5
84714100	Digital equipment	5

84714900	Other introduction in the shape of systems	5
84715000	Digital units	5
84716000	Input and output units	5
84717000	Memories	5
84718000	Other computers	5
84719000	Other automatic digital units	5
85171100	Telephone equipment with wireless headphone	5
85171910	Appliances of wire handset phones	5
85171990	Others	5
85172100	Fax machine	5
85172290	Other fax machines	5
85173000	Telephonic or telegraphic switching apparatus	5
85175000	Digital systems	5
85178000	Other type of telephone and telegraph	5
85179010	Parts for use with headings 8517 and 8525 to 8528	5
85179090	Other parts for line telephony or telegraphy	5
85252011	Automatic hazard signaling apparatus in ships, etc.	5
85252030	Transmission sets for remote signals	5
85252050	Broadcast transmission and receiving sets(radio)	5
85252070	Cellular(mobile) transmission and receiving sets	5
85252090	Other transmission apparatus with reception apparatus	5
85253000	Television cameras	5
85254000	Video with fixed picture	5
85271200	Records with a radio of pocket size	5
85271300	Machine for recording audio	5
85271900	Other radios without external power	5
85272100	Radions with external power and sound recorder, for cars	5
85273100	Other radios comdined with sound recorders	5
85281210	Color TV sets for household use	5
85281291	Satellite receivers	5
85281299	Other receivers	5

85281310	Black and white TV sets for household use	5
85282100	Screens for presenting video show with colors	5
85283000	Equipment to present video picture	5
85311000	Burglar or fire alarms and similar apparatus	5
85318090	Other electric sound or visual signalling apparatus	5
85319000	Parts for electric sound or visual signalling apparatus	5

자료 : 사우디 관세청

□ 기타 비관세 장벽

○ 부가세, 판매세 등 세금이 없으며, 인증제도 이외의 수입쿼터 등 비관세 장벽은 없음.

나. 주요 인증제도 : 수입상품 인증제도(Conformity Certificate)

○ 수입상품을 포함하여 사우디 내에 생산 유통되는 모든 소비재 상품은 사우디 표준청(SASO)에서 정한 표준에 적합한지 여부에 대해 인증을 받아야 함.

○ 다만, 의료장비, 의약품, 식품, 군사용 상품의 경우에는 별도의 기준에 따라 인증 또는 허가를 받아야 하며, 소비재 상품의 경우에도 샘플용, 데모용, 비매품인 경우와 대규모 산업프로젝트의 부품, 임시수입품, 선적 건당 $3,000 미만의 경우에는 인증이 면제됨.

○ TV, 냉장고, 에어컨, 휴대용 전화기 등 모든 디지털 전자제품의 경우에도 인증대상 품목에 속하며, 인증은 사우디 표준청(SASO)에서 인정하는 국제적인 기준에 따라 공인된 기관으로부터 받을 수 있음.

○ 인증 획득방법은 상품을 등록하지 않고 획득하는 방법(1회 수출시 적합)과 사전 등록 후 취득하는 방법, 형식승인 라이센스를 득한 후 취득하는 방법 등 3가지 방법이 있음.

○ 인증제도와 관련 사우디아라비아는 2004년 8월까지 국제인증프로그램(International Conformity Certificate Program : ICCP)을 운영하면서 국가별 사무소를 지정하여 인정업무를 전담하여 관장토록 하였으나, 이후 자격있는 공인 기관이면 누구나 인증을 발행할 수 있도록 하고 있으며, 한국의 경우에는 한국인터텍테스팅서비스(주)에서 사우디 표준청(SASO) 한국사무소를 겸하면서 인증업무를 수행해 왔음.

- 한국인터텍테스팅서비스㈜
  - 주소 : 서울시 서대문구 미근동 267 임광빌딩 10층
  - 전화 : 02-360-5255 팩스:02-360-5266
  - 이메일 : info.seoul@intertek.com
  - 홈페이지 : www.iccp.com 혹은 www.intertek-fts.com

제 Ⅳ 장

진출 전략

1. 국별 전자부품 유망 품목

가. 개요

○ 전자 부품 주요 수요시장인 중국, 미국, 일본, 독일 등에서 우리의 주력 제품인 반도체, LCD/PDP 등 액정패널, 인쇄회로기판(PCB) 등의 수요가 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 세계적인 수준의 품질 및 기술 개발력을 무기로 주요 시장에서 우리 제품의 진출 확대가 유망할 것으로 전망됨.

○ 그러나, 반도체, 액정 패널 등 주요 부품에 대한 경쟁사별 증산 체제에 따라 공급 과잉 및 가격 경쟁이 치열해지고 있어, 경쟁력 있는 가격조건이 관건으로 작용하고 있음. 또한, 향후 지속적인 시장 확대를 위해, 고기능 전자부품을 중심으로 역량을 집중하여 기술 경쟁력을 높이는 것이 필요함.

나. 중국

□ 집중정수부품(Chip Component)

○ 핸드폰 기능의 다양화, 핸드폰과 가전제품간의 결합이 세계적인 큰 흐름으로 향후 중국 핸드폰 시장은 PC 시장보다 발전 가능성이 더욱 빠를 것으로 판단되며, 이러한 핸드폰의 다양화, 소형화에 따라 관련 집중정수부품(Chip Component)의 수요도 대폭 늘어날 것으로 기대됨.

- 특히, 핸드폰용 MLCC, Chip-R, Chip 감응기 등의 사용량은 현재의 핸드폰 1대당 300개에서 600개 정도로 늘어날 것으로 예상되며, 이에 따라 집중정수부품(Chip Component) 분야 수요가 크게 증가할 것으로 전망됨.

- 관련 전문가에 따르면, 금년 전 세계 Chip 저항기 시장은 10%, 다층도자기전용기시장은 12~18% 확대될 것으로 추정됨.

○ 향후 집중정수부품(Chip Component)시장의 주종 제품은 0603에서 0402나 0201로 전이되면서 제품 수요량도 지속 증가할 것으로 기대됨.

□ 인쇄회로기판(PCB)

○ 2003년 PCB 시장 회복 이래 중국의 PCB 산업은 지속적인 성장세를 보여 왔는데, 2005년 340개에 달하는 중국 PCB 생산기업들의 매출액은 전년대비 39% 성장한 762억 위엔을 기록하였음.

- 그 중 순이익은 전년대비 67.9% 증가한 54억 위엔, 수출은 전년대비 39.7% 늘어난 53억 3,800만 달러에 달하였으며, 이러한 실적은 주로 통신 분야에서의 수요량 급증에 기인한 것임.

○ 대만 PCB 제조업체 30위 이내 기업 중 70%에 달하는 업체가 이미 중국에 생산설비를 이전하였을 뿐만 아니라 생산 규모를 확대하고 있음. 이에 따라 중국의 PCB 시장은 비교적 빠른 발전 추세를 보이고 있는데, 특히 연성PCB 시장이 빠른 발전 속도를 보임.

○ 이에 따라 연성 PCB 전문 생산기업인 常州宇宙星電子製造有限公司, 蘇州維信電子有限公司, 深圳市中興新宇軟電路有限公司,厦門弘信電子科技有限公司의 경우 2005년 생산량이 전년대비 200%나 증가했음.

<연도별 중국의 PCB 생산 및 교역 현황>

(단위:US$억)

구분	생산액	교역액
2003년	60	60
2004년	81.5	89
2005년	108	119

자료: 중국 PCB 산업협회

○ 관련업계에서는 2006~2007년 중국 PCB 시장의 평균 성장률이 25%를 상회할 것으로 추측하고 있으므로, 중국 현지 생산체제구축을 통한 PCB 시장 진출 확대가 유망할 것으로 전망됨.

□ 커넥터(Connector)

○ 지난해 중국의 전자개폐기 제품의 생산액은 전년대비 23.4% 늘어난 520억 위엔, 수출액은 전년대비 39% 증가한 29억 8,600만 달러를 기록하였음.

○ 그 중 커넥터 제품의 경우 수출액이 전년대비 무려 66.8%나 급증한 13억 8,900만 달러에 달했으며, 이는 대만 PC 및 커넥터 주요 제조업체들이 이미 중국으로 생산설비 이전에 따른 것으로 분석됨.

○ 개폐기 부품의 경우 전년대비 24% 증가한 6억 3,000만 달러에 달하였는데 특히 소형개폐기 및 접촉식 개폐기의 증가폭이 비교적 컸으며, 개폐기부품 시장 확대는 주로 핸드폰, MP3 플레이어, 디지털카메라 등의 휴대용 제품 보급 본격화에 따른 것으로 풀이됨.

○ 통신제품의 다양화, 다기능화, GPS와 오락시스템의 연결 등에 따라 중국의 커넥터 시장은 작년에 이어 금년에도 급속한 발전을 유지할 것으로 기대되며 성장률은 22%에 달할 것으로 추정되고 있으며, 지속적인 수요 증가세를 보일 전망임.

□ Sensative Component 와 센서류

○ WLAN, Bluetooth와 GPS 제품의 발전에 따라 열감지장치의 수요가 급증할 것으로 보이며, 카메라내장 핸드폰 보급 본격화로 대량의 카메라렌즈 공급이 필요함에 따라 CMOS센서 수요 역시 대폭 늘어날 것으로 기대됨.

○ 게다가 핸드폰에 내장된 카메라의 화소가 초기의 30만 화소에서 100만 화소이상 제품으로 옮겨가면서 금년에는 카메라모듈 역시 고급화될 것으로 예상됨. 특히, 200만화소와 300만화소 제품의 시장 출시로 부품 수요가 급증할 전망임.

□ OLED(유기발광다이오드)

○ 개인소득 증대에 따라 디지털카메라, 휴대폰 및 MP3 플레이어 등 고급 개인전자제품의 보급이 본격화되면서 OLED(유기발광다이오드)관련 제품 수요가 높아지고 있어 유망품목으로 부상하고 있음.

다. 일본

□ 반도체(집적회로), 액정패널 (LCD, PDP 등), PCB

○ 우리의 주력제품인 반도체(집적회로), 액정패널LCD, PDP 등), PCB 등은 대만, 일본 등과 더불어 세계수준의 품질 및 기술 개발력을 무기로 시장을 석권하고 있는 중

○ 특히 일본시장의 경우 디지털 전자 경기의 호조 지속으로 상기 전자부품류의 수요가 늘어나고 있고 한국산도 이에 힘입어 공급량을 지속적으로 늘리고 있는 상황임.

○ 다만 반도체, 액정패널 공히 각 경쟁사별로 증산 체제를 서두르면서 공급과잉이 우려되는 가운데, '04년부터 가격하락 추세가 심화되고 있음.

라. 미국

□ 반도체(DRAM, Flash Memory), LCD 패널, 고기능 PCB 등 고기능 전자부품

○ 미국 전자부품 시장에서 한국산 반도체 및 LCD 등 고기능 제품은 일본 및 미국 제품과 경쟁이 심화되고 있는 추세이며, 일반 전자부품류는 대만 및 중국 제품에 대한 가격 경쟁에서 열위에 있으므로, 향후 미국 시장의 유지 및 확대를 위해서는 고기능 전자부품을 중심으로 역량을 집중하여 기술 경쟁력을 높이는 것이 필요함.

○ 또한, 미국 전자산업에서 경쟁력 강화전략으로 추진하고 있는 생산 공정의 아웃소싱 및 자체 생산기지 해외 이전으로 미국 지역에 대한 전자부품의 직접 수출은 감소할 것으로 전망됨.

마. 독일

□ 반도체

○ 독일 반도체 시장은 최근 4년간 지속적인 성장세를 보이고 있는데, 소비침체 회복에 따른 컴퓨터 구매 증가로 데이터 처리용 반도체 수요가 2년 연속 증가한 점과, 주로 고급차량에 부착되어 오던 자동차용 전자 센서 등의 안전장치가 점차 일반화되면서 수요가 급증하고 있는 점을 주요 요인으로 들 수 있음.

○ 기존의 산업용 전자부문이 주요 수요처였던 반면, 자동차용 전자수요가 급증함에 따라 자동차용 전자 부품이 현재 가장 큰 생산비중을 차지하고 있으며, 지속적인 수요 증가를 보일 전망임.

○ 또한, 주로 디지털 TV, 디지털 셋톱박스, 디지털 카메라, MP3 플레이어 등에 사용되는 logic ICs 등 소비재용 반도체 수요도 증가세를 보이고 있음.

○ 반도체 매출의 절반 이상을 차지하고 있는 디지털 카메라와 핸드폰 시장이 향후 몇 년 동안 계속 확장될 전망임에 따라 관련 부품 수요도 증가세를 보일 것으로 예상됨.

○ 휴대용 엔터테인먼트 전자기기의 수요 증가로 NAND 메모리 분야도 지속적인 수요 증가세를 보일 전망임.

□ PCB

○ 독일 PCB 시장의 급성장은 자동차용 전자, 통신 분야의 수요증가에 따른 PCB수요의 성장에 기인하며, 향후 자동차용 전자, 정보통신 제품의 수요가 크게 증가할 전망임.

○ 독일이 가장 강세를 보이는 분야는 자동차용 전자분야이며, 통신 및 엔터테인먼트 전자기기분야에서는 한국 및 아시아국가의 시장점유율이 높음.

○ 특히 휴대폰, 디지털카메라 등에 사용되는 연성회로기판은 아시아국가로부터의 수입이 대부분이며, 향후 동 분야의 수요가 증가할 것으로 예상되므로, 한국을 비롯한 아시아국가로부터의 PCB 수입은 계속 증가할 것으로 전망됨.

□ LCD, PDP

○ 최근 평면 TV의 가격하락과 함께 대형화면뿐 아니라 고화질의 HDTV 선호 추세도 뚜렷해지고 있어, LCD, PDP 관련 부품에 대한 수요가 증가세를 보일 전망임.

바. 체코

○ 유망 품목으로는 최근 수요 및 수입 증가세를 보이고 있는 직접 회로, 콘덴서, 반도체, 저항기, PCB, LCD 등이며 유망 분야로는 체코에서 가장 빠르게 발전하고 있는 통신 및 자동차산업을 들 수 있음.

□ PCB

○ PCB 수입이 계속해서 증가하는 추세를 보이고 있으나, 중국산 수입이 급증세를 보여 체코 PCB 시장에 진입하기 위해 저렴한 공급가격이 필수 요건임.

□ LCD

○ 현지 주요 LCD 취급업체는 LCD 및 CRT TV 일본 투자 기업인 Panasonic AVC Network(www.matsushita.cz), 최근 신규 투자 프로젝트를 선언한 대만 TV 조립 업체인 Tatung, 그리고 체코 고유 업체인 Tesla Television(www.teslatv.cz) 등 TV 생산 업체가 주요 거래선이 될 수 있음.

○ 휴대폰 제조업체인 Matsuchita(www.matsushita.cz) 및 캐나다 통신장비 제조기업인 Celestica 등도 수요처로 유망함. 컴퓨터 제조업체들도 거래선이 될 수 있으나, Autocont, Asustek, Foxconn 등 주로 대만 업체들만이 영업활동을 하고 있음.

□ 수동/능동 전자부품

○ 체코시장의 전자부품 생산업체들은 주로 수출위주 기업들이며, 내수의 대부분은 아시아 국가로부터의 수입에 의존하고 있음.

○ 전자부품 바이어 접촉시 가격이 중요한 역할을 하고 있는데, 현재 대만, 중국 등으로부터 저렴한 제품들이 수입되고 있어 가격경쟁력을 바탕으로 바이어를 접촉할 필요가 있음.

2. 국별 디지털 전자 유망품목

가. 개요

○ 유럽 등 선진국 진출 확대를 위해서는 MP3, MP4 플레이어, 차세대 저장매체 블루레이 등 부가가치가 높은 신기술 첨단 제품 진출이 유망한 것으로 전망되고 있음.

○ 신기술 도입이 선진국에 비해 다소 뒤진 중남미, 아프리카 국가들의 경우, 휴대폰, 위성수신기, PDP TV 등 디지털 TV, 홈시어터 제품 등 고급 디지털 가전제품을 중심으로 시장 확대가 가능할 것으로 전망됨.

나. 덴마크

□ 운송이 용이하고 제품크기가 비교적 작은 고부가가치 제품

○ 유럽 공급선들과의 경쟁을 위해서 한국산 제품은 크기나 무게에 비해 상대적으로 부가가치가 높은 제품이 유리함.

○ 일부 주방용 전자제품이나 상대적으로 부피나 무게가 많이 나가는 전자제품의 경우 운송비 부담을 줄일 수 있는 물류 문제 해결책이 필요함.

□ 제품수명주기에서 도입기에 있는 천단 신기술 제품

○ 한국은 디지털전자제품분야에서도 멀지 않아 중국과 심한 가격 경쟁을 벌일 것으로 예상됨.

○ 따라서 한국은 높은 프리미엄 가격을 받을 수 있는 제품들, 즉 제품수명주기의 도입기에 있는 블루레이, MP4 플레이어 등의 제품 공급에 초점을 맞추는 것도 효과적일 것으로 사료됨.

다. 헝가리

○ 전자제품 가운데 모니터, 에어컨 등은 우리제품이 시장을 주도하고 있고 휴대폰, LCD TV 등도 삼성, LG 등이 현지 진출해 다국적 기업과 치열한 경쟁을 벌이고 있는 상황임.

○ 한국과의 원거리로 인해 현지 투자진출 또는 운송이 용이한 고부가가치 제품(MP3, 디지털 카메라 등)이 진출유망

라. 멕시코

□ 디지털 TV (PDP TV, LCD TV)

○ PDP TV, LCD TV 등 첨단 대형 TV제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 최근 가격 하락세와 함께 소비자들 사이에서 인기가 높아지고 있음.

□ 홈시어터관련 제품

○ 멕시코 부유층을 대상으로 인기를 끌던 홈시어터 제품이 점차 대중화 추세를 보이면서 중저가 홈시어터 관련 제품 판매가 증가하고 있어, 홈시어터 제품은 시장 확대가 가능한 유망 품목이라 할 수 있음.

□ MP3 플레이어

○ 다양한 기능을 보유한 MP3 플레이어가 멕시코 젊은이들 사이에서 큰 인기를 끌고 있으며, 인터넷을 통해 음악을 다운받고 동 플레이어로 MP3 파일 음악을 즐길 수 있는 점이 젊은이의 문화 코드로 자리잡고 있음. 저가 중국제품으로 인해 가격 경쟁이 점점 치열해 지고 있는 가운데, 브랜드 인지도가 높은 미국제품과 중국제품으로 양분된 시장을 형성하고 있는 상황이나, 가격경쟁력을 바탕으로 신기능의 우수한 디자인 제품 도입시 한국산의 시장 확대도 가능할 것으로 보임.

□ 휴대폰

○ 2005년말 기준, 멕시코 휴대폰 이용자는 4,500만명을 넘어섰으며, 핸드폰 판매량이 2,000만대 이상을 기록하면서 전체 이용자의 44%가 기존 핸드폰을 교체하거나 신규 가입한 것으로 나타남.

○ 이와 같이 지속적인 휴대폰 이용 확대 속에서 삼성, LG, 팬택이 시장에서 선전하고 있으며, 투자진출 위주로 시장 점유율을 확대해가고 있음.

마. 브라질

□ 휴대폰 및 모니터

○ 디지털 제품 가운데 휴대폰과 모니터의 경우 브라질 시장에서 이미 다수의 다국적 기업이 치열한 경쟁을 벌이고 있는 상황임. 한국의 삼성, LG 등이 현지에 진출해 일부 부품을 제외하고 100% 현지생산체제를 갖추고 있음.

○ 휴대폰 시장은 2005년 말부터 성숙 단계에 접어들어 많은 사용자들이 노후한 단말기를 새로운 사양으로 교체하고 있어 단말기 수요 급증에 따른 각종 부품 수요도 늘고 있음. 따라서 휴대전화 부품 관련 분야의 경우 적절한 공급가격 조건만 갖추면 향후 전망이 밝은 것으로 사료됨.

□ 디지털 방송 수신 장비

○ 브라질에선 가까운 시일 내에 본격적인 디지털 방송이 시작될 예정이나, 아직 디지털 방송 시청이 가능한 TV 수상기 보급률이 매우 낮고 소비자들의 구매력도 낮은 것으로 평가되고 있음.

○ 따라서 디지털 방송 수신 기능을 갖춘 저렴한 가격대의 TV 수상기나 디지털 방송 수신용 컨버터(Set-Top-Box) 제품이 향후 브라질 시장 진출 유망 품목으로 볼 수 있음.

□ 디지털 카메라 및 관련 부품

○ 디지털 카메라의 경우 날로 국내 수요가 증가하고 있는 품목의 하나이며, 핵심 부품을 수입해 현지에서 조립하기도 하지만, 다수가 밀수를 통해 국내에 반입되고 있기도 함.

○ 한국제품의 경우, 삼성 카메라가 현지공장 설립을 추진하고 있어 관련 부품 시장이 활성화될 것으로 전망되고 있으며, 디지털 카메라용 메모리 카드 수요도 꾸준히 늘고 있는 추세임.

바. 사우디 아라비아

□ 디지털 TV (PDP TV, LCD TV)

○ 고유가에 따른 풍부한 오일머니의 유입과 함께 경기가 크게 활성화되고 개인의 소득이 증가하면서 구매력이 확대추세에 있어 다양한 고가의 디지털 TV에 대한 수요가 크게 증가하고 있는 추세임.

○ 일반 칼라 TV의 경우에는 중국, 태국, 말레이시아 등 세계 유명 가전 메이커의 현지공장에서 생산되는 제품이 다량 유입되고 있어 한국산 제품이 경쟁력을 확보하기 어려우나, LCD TV, PDP TV 등은 한국제품의 품질과 가격경쟁력이 확보되어 있으므로 시장진출 유망 품목임.

○ 향후 수년 내 사우디 시장의 경우에도 디지털 TV 제품의 수요가 보편화될 것으로 전망됨에 따라, 시장 선점 및 거래선 확보를 위하여 시장개척활동을 강화할 필요가 있음.

□ 에어컨

○ 사우디의 높은 기온 등 기후여건으로 인해 에어컨 수요가 매우 높은 편이며, 기존 에어컨에 대한 교체수요와 함께 인구증가에 따른 세대독립으로 가구 수가 확대됨에 따라 신규수요도 꾸준히 발생하고 있음.

○ 다만, 에어컨의 경우 사우디 내 제조역사가 비교적 오래되었으며, 경쟁력 또한 갖추고 있어 시장진출을 위해서는 현지생산 거점 확보를 통한 전략 수립이 필요한 실정

○ 한국기업의 경우, LG전자가 2006년 2분기에 현지 에어컨 합작 생산공장 건립에 착공하여 2007년 하반기부터는 현지생산 제품으로 시장을 공략할 계획이므로 관세부담 경감과 물류비용 절감을 통하여 시장지배력을 보다 확대할 것으로 전망됨.

□ 휴대폰

○ 사우디의 휴대폰 인구는 2006년 4월 기준 1,400만명 규모로 인구대비 보급률이 약 60%에 달하는 걸프지역 내 최대 시장이며, 규모가 지속적으로 확대될 전망임.

○ 특히, 2006년 제 3 이동통신사업자 선정이 완료될 경우에 기존 2개사 경쟁에서 3개사 경쟁을 통해 가입자 유치경쟁이 보다 치열해지면서 휴대폰 수요도 늘어날 것으로 전망됨.

○ 휴대폰이 개인 필수품으로 자리 잡으면서 교체주기도 짧아지고 있어 신규수요 뿐만 아니라 교체수요량이 매우 크므로 시장진출 유망품목이라 할 수 있음.

□ 위성수신기

○ 사우디의 위성수신기 시장은 2004년 기준 연간 4,500만 달러에 달하며, 한국산이 시장의 64%를 장악하고 있음. 가장 널리 보급된 기종은 휴멕스 기종이나 최근 홈케스트사의 위성수신기 보급이 확대되고 있음.

○ 사우디에는 극장이 존재하지 않는 등 이슬람 종교적 특성상 놀이문화가 미발달하여 가정에서의 TV시청이 매우 보편화되어 있으며, 위성TV 시청자가 크게 증가하고 있는 추세임.

○ 한국산 위성수신기는 가격 및 품질 모두 경쟁력을 확보하고 있어 시장 진출이 양호한 품목이라 할 수 있음.

3. 우리제품의 진출 성공 전략

가. 개요

○ 미국, 일본, EU 등 선진국 진출을 위해서는 환경 규범을 적극 준수하고, 친환경적인 첨단 제품 위주로 진출 확대에 노력해야하며 기술 및 품질 인증도 중시되고 있음. 특히, EU 국가들의 경우 제품 및 업체에 대한 신뢰 구축이 매우 중요되므로, 유럽지역 내 기수출 경험이 거래 시 긍정적으로 작용함.

○ 선진국 시장 진출을 겨냥한 전자부품은 미국, 일본 등 주요 선진기업들의 아웃소싱 전략을 적극 활용해야하며, 현지기업과의 전략적 제휴, 인터넷 조달 활용 등이 주요한 진출 방안이라 할 수 있음.

○ 전 세계적인 대형 유통체인의 확산에 따라 디지털 전자제품 진출 확대를 위해서는 각국별 주요 대형 유통체인 진출에 적극적인 노력을 기울여야 함.

○ 브라질, 멕시코 등의 중남미지역과 아프리카 지역의 경우, 브랜드 인지도를 높이고 체계화된 A/S 시스템을 구축하는 것이 중요하며, 특히 빈부격차가 심각한 중남미지역의 경우 계층별, 지역별 시장진출 전략 수립이 필요하다고 볼 수 있음.

나. 중국

□ 지역별 다각적인 시장 공략 필요

○ 중국 내수시장의 전자부품 수요는 크게 디지털 제품을 포함한 소비류 가전산업, 자동차산업, 항공우주산업 등 3가지로 분류되며, 이들 3가지 산업은 지역적으로 일정한 분포 양상을 보이고 있는데 가전제품의 경우 청도를 위시한 산동지역, 자동차산업은 상해와 광저우, 항공우주산업은 북경과 서안 등임.

○ 전반적인 중국의 전자부품산업은 지역적으로 상해를 중심으로 하는 장강삼각주와 광저우를 중심으로 하는 주강삼각주에 집중되어 있는 특성을 지님.

○ 이러한 특성에 근거하여 우리기업의 중국시장 진출시 지역별 다각화가 필요할 것으로 보이며, 장강삼각주와 주강삼각주를 우선 진출 지역으로 선정, 집중 공략 후 그 부근 지역 및 내륙시장으로 시장을 확대하는 전략이 필요함.

○ 이와 같이 전자부품의 對중국 판매시 이들 지역의 특성을 감안한 판매전략을 수립, 생산 제품 및 판매 역량을 집중해야 할 것임.

□ 중국 기진출 대만계 및 화교 기업과의 전략적 제휴 추진

○ 전체 전자산업에서 국유기업(국영, 집체 등)이 차지하는 비중이 극히 미미한데, 매출액으로 살펴보면, 국유기업이 차지하는 비중은 5.5%인 256억 위엔에 불과한 상황임. 비국유기업(민간기업) 중 외자기업(외국투자기업)이 전자산업에서 차지하는 비중은 전체의 66%에 달함.

○ 중국 내 전자부품 산업의 절대 다수를 차지하는 민간기업은 대부분 외자기업, 특히 대만계기업이나 화교자본이라는 점에 주목할 필요가 있음. 이런 기업들은 주문 수주 및 기술 개발은 자국에서 담당하고 생산은 중국에서 진행하는 시스템을 갖추고 있으므로, 우리기업의 중국 진출시 중국 본토에서의 마케팅 활동도 중요하지만 대만이나 동남아 화교기업들을 타겟으로 하는 영업활동에도 유념해야 할 필요가 있음.

○ 특히 PCB 업체의 경우 중국 진출 대만기업이 강세를 보이고 있다는 점에 유의해야 하며, 필요에 따라서 중국에 기 진출해 있는 이들 기업과의 전략적 제휴 내지 협력을 통해 WIN-WIN할 수 있는 전략을 구사해야 할 것임.

□ 고부가가치 제품 개발 및 대량생산 체제 추진

○ 중국은 아직 노동집약적이고 기술수준이 낮은 전자변압기, 소형전기부품, 자성재료 및 부품 등의 생산에 집중되어 있음. 반면 혼합집적회로, 적층 세라믹콘데서, 전압 트렌지스터 등 첨단과학기술제품 분야에서는 기술경쟁력 부족으로 수입이 증가하면서 무역적자 폭이 갈수록 확대되고 있음.

○ 이에 따라 우리기업은 대중 진출시 기술 수준이 낮은 저부가가치 제품은 생산기지를 중국으로 이전하여 현지 생산 위주로 경쟁함과 동시에, 고부가가치제품의 연구, 개발 및 대량생산 체제를 갖추는데도 노력을 기울여야 할 것임.

□ 현지 전문가 적극 활용

○ 제품 판매시에는 현지 실정을 가장 잘 아는 현지전문가(한족 중국인)에게 마케팅을 전담시키는 것이 좋은데, 흔히 전자부품 분야의 용어는 영어가 많기 때문에 한국인이 직접 마케팅을 해도 된다고 생각할 수 있으나, 제품 분류, 용어 등이 우리나라와 상이한 부분이 의외로 많아 외국인이 직접 나서기에는 애로사항이 많음.

- 중국 진출 공장의 기술, 품질, 생산 관리는 한국인이 하더라고 현지마케팅은 현지 전문가가 하는 것이 유리한 측면이 많은데, 중국도 한국만큼 학연을 중시하여 각 지역별로 동문회가 조직되어 있고 교류도 활발하며 학연이 비즈니스에서 차지하는 부분이 커, 외국인이 접근하기에는 무리가 있는 것이 사실임.

○ 현지 전문가 채용시에는 “중국은 인건비가 싸다”는 관념을 과감하게 탈피하여 고급인재를 선발, 활용해야 하며, 특히 미국 유학을 다녀온 한족이나 대만인 기술자 고용시 효과가 좋은 편임.

다. 일본

□ 시장 환경 변화에 부응하는 제품 개발

○ 환경친화적인 제품 및 생산 공정

- 환경친화적인 공급업체에서 제품을 조달하고 친환경적인 생산과정에서 공해발생 요인을 줄이는 환경관리 시스템(ISO 14001)의 정비 등 일본 주요 전자 기업들이 그린 조달정책을 추진하고 있으므로, 환경친화적인 제품 개발, 생산을 통한 일본 진출 노력이 필요함.

○ R&D 강화로 부품의 소형화 추진

- 전기, 전자 완성품 생산시, 輕薄短小(가볍고, 얇고, 작은)형 제품이 개발되고 있으므로, R&D 강화로 관련 부품의 소형화가 요구됨.

□ 일본기업의 아웃소싱 전략 활용

○ 최근의 경기 회복 추세에도 일본기업은 경쟁력 강화 측면에서 범용 부품을 해외에서 최저가로 조달하는 정책을 추진하는 아웃소싱 전략을 강화하고 있으므로, 이같은 일본의 아웃소싱전략을 활용한 대일 진출 확대 노력 필요

□ 일본기업과의 전략적 제휴

○ 일본기업과의 기술 제휴, 제품 개발 및 생산 등 수평적 분업 및 제휴처의 유통경로와 경험을 활용하려는 전략 추진 가능

□ INTERNET 조달 활용

○ 일본의 기존 상관행과 완전히 상이한 인터넷 조달이 아직 전반적으로 활성화되어 있지는 않으나, 대기업을 중심으로 점차 확대되는 추세이며, 거래선 등록을 인터넷으로만 하는 기업도 증가하고 있어 인터넷 조달을 적극 활용하려는 노력 필요

라. 미국

□ EMS 전문기업에 대한 부품공급 확대

○ 미국 내 제조업의 아웃소싱 확대 및 생산시설의 해외 이전 확대로 생산과 R&D/ 마케팅이 분화되고 있는 추세임.

○ PC, 휴대폰 등 일반 가전제품은 EMS 기업을 통한 외주 생산이 증가하고 있으므로, 마케팅 강화 일환으로 EMS 기업에 대한 사전 벤더 등록 등을 통한 공급 확대가 요구됨.

□ 친환경 제품개발 및 환경규제 적극 대응

○ 전자부품에 함유된 납, 카드뮴, 크롬 등 유해물질에 의한 환경오염에 대한 우려가 높아지면서 전자부품과 관련한 환경규제가 강화되고 있음.

○ 미국 정부도 환경오염 예방 정책의 일환으로 EU에서 전자부품에 관하여 시행할 예정인 RoHS[15]와 유사한 WEEE[16] 도입이 주정부별로 확대되고 있음.

---

15) RoHS(Restriction of Hazardous Substance)는 EU에서 유해한 전자장비 부품 사용을 금지한 지침으로 특정유해물질(납, 수은, 카드뮴, 6가크롬, PBB, PBDE)을 사용한 전기 전자제품 판매를 2006년 7월 1일부터 제한하도록 하고 있음.

16) WEEE는 Waste Electrical and Electronic Equipment의 약자이며, EU 폐전기전자 처리지침에 따라 2005년 8월 13일부터 유럽연합 회원국에서 출시되는 전기전자제품은 WEEE 분리배출표시를 부착하게 되었음. 동 지침은 제조업체에게 자사의 제품을 일정 비율로 회수, 재활용해야 할 의무를 부과하는 것을 주요 내용으로 하는 법규이며, 소비자에 의해 사용된 후 소각 또는 매립되지 않은 소형 가전용품에서정보기기, 통신장비에 이르기 까지 거의 모든 전자제품을 대상으로 하며, 전기전자제품별로 재생(recovery), 재사용(reuse), 재활용(recycle) 비율이 정해져 있으며, 이를 준수하는 기업의 제품만이 EU지역 내에서 판매가 가능함.

○ 이러한 환경규제는 전자부품 산업에 큰 영향을 줄 것으로 예상되는바 제조업체의 친환경제품 개발 및 규제에 대한 대응이 필요함.

□ 미국 대형 전자부품 전문 디스트리뷰터 공략

○ 미국 전자부품 시장은 대형 디스트리뷰터를 통한 유통 채널이 안정적으로 형성되어 있으므로, 미국 시장에 대한 장기적인 진출 기반 확대를 위해 전자부품 전문 디스트리뷰터에 대한 적극적인 공략이 필요

<미국 지역 10대 전자부품 디스트리뷰터 현황>

(단위:US$백만,%)

순위	회사명	매출액 (2004년)	직원수	전자부품별 매출 비중(%)				
				능동부품	수동부품	전자기기부품	연결부품	컴퓨터부품
1	Arrow Electronics Inc.	6,117	5,200	60	15	0	0	25
2	Avnet, Inc	5,610	5,289	50	5	0	4	41
3	Bell Micro Products, Inc	1,568	800	16	0	0	0	84
4	The Memec Group	906	866	100	0	0	0	0
5	TTI, Inc	555	1,025	0	71	2	27	0
6	Newark InOne	521	2,000	9	8	31	17	4
7	Digi-Key Corp	491	1,327	32	37	9	15	0
8	All American Semiconductor	410	563	92	8	0	0	0
9	Nu Horizons Electronics Corp	348	463	85	15	0	0	0
10	DAC	344	670	0	0	22	78	0

자료: Purchase Magazine

○ 미국 전자부품 시장의 주요 디스트리뷰터 중 2004년 매출액을 기준 Arrow Electronic, Inc가 가장 큰 규모이며, 이외에 Avnet, Memec, TTI, Digi-Key 등이 있음.

□ 인터넷을 통한 전자상거래 활용

○ 미국 산업 전반에 인터넷을 통한 전자상거래가 확대되면서 전자부품시장에서도 제조업체가 직접 웹사이트를 통해 온라인 거래를 하는 경우가 증가하고 있어, 기존 유통 채널의 부가적인 대체 채널로 인터넷 전자 상거래를 적극적으로 활용하는 것이 바람직함.

마. 독일

□ 제품 및 기업 신뢰도 제고

○ 독일 전자부품 수입시장에서 EU 와 일본이 최대 수입국으로 자리잡고 있는데, 이는 독일 전자부품시장에서 가격보다 품질에 대한 신뢰를 중시하는 특성에 의한 것임. 이와 같이 독일 시장 진출을 위해 전자부품의 신뢰도를 제고하는 것이 수출 확대를 위해 필수적임.

○ 한국제품의 경우, 품질 우수성이 EU 제품에 비해 뒤지지 않기 때문에 제품 홍보 측면을 보완할 필요가 있음. 그 방법으로는 우선 카탈로그를 통해 부품 성능에 대한 정밀한 데이터를 기재, 홍보하는 것이 필요하고, 신뢰성이 높은 회사의 테스터기를 사용해 부품을 어떻게 최종 테스트를 하고 있는지에 대한 홍보도 필요함. 또한 진출희망 한국회사의 기존 거래 실적, 즉 현재 어떤 유명 기업에 납품하고 있는지와 만족도에 대한 홍보가 제품의 신뢰도를 높이는데 기여할 수 있음.

○ 독일은 한번에 계약을 맺는 경우가 드물며, 수차례에 걸친 소규모 계약을 선호하는 편이고, 이를 통해 기업간의 신뢰도를 확인한 후 계약 규모를 늘려가는 것이 관례임. 따라서 소규모 계약이라도 성실, 정확하게 거래하여 기업의 신뢰도를 높이는 것이 독일시장 진입의 첫걸음임을 명심해야 함.

□고부가가치 제품으로 승부

○ 한국 전자부품의 품질은 이미 세계적으로 인정을 받고 있으므로, 일본을 제외한 다른 아시아 국가의 저가 공세에 맞서, 가격경쟁력을 제고하는 것도 한 방법이나, 장기적으로 볼 때 일본이나 스위스처럼 고부가가치 부품을 생산, 수출하는 것이 바람직함.

○ 전자부품은 초소형화, 경량화, 초성능화 추세를 보이고 있는데, 한국 부품은 신공정 및 신상품 개발에 투자해 독일 및 유럽시장에서 안정적인 위치를 확보하고 있음.

□박람회 참가를 통한 시장개척

○ 독일은 유럽 내 최대 전자부품시장이므로, 독일 내에서 개최되는 여러 전자부품관련 박람회 참가를 통해 독일 시장 정보를 입수하고 현지 바이어와 접촉을 통해 한국 부품회사 제품을 적극 홍보할 필요가 있음.

□인터넷 상거래 적극 활용

○ 최근 독일시장에서 소량 거래시 B2B 등 인터넷 상거래를 통한 계약이 증가하고 있으므로, B2B 거래에 대한 마케팅 전략도 절실히 요구됨.

□ 품목 확대 노력 및 유력 디스트리뷰터 활용

○ 독일 업체는 가능한 품목수가 다양한 소수의 업체와 거래를 선호하는 경향이 있어, 특히 한국 중소기업의 경우 취급 품목수를 넓히기 위한 노력이 필요하며, 이를 위해 유사 품목 중소기업 간의 전략적인 협력도 한 방법이 될 수 있음.

○ 또한, 독일에 에이전트나 지사가 없는 업체의 경우 현지에서 모든 사후 서비스가 가능한 대형 디스트리뷰터를 통한 판매가 유리함.

바. 체코

□ 현지 생산 기업과 전략적 제휴

○ 대부분 체코 기업들의 생산규모가 영세한 편이므로, PCB 등 유망 품목을 중심으로 현지 생산업체와 전략적 제휴를 통한 시장진출 확대 가능

□ 제조업체와 직접 거래

○ 체코에 진출한 전자제품 제조회사들 대부분은 외국인 투자 기업인 관계로 부품 납품을 위해서는 본사와의 협의가 필요해 시장진출이 용이하지는 않으나, 부품에 대한 수요가 많은 주요 제조업체를 직접 접촉, 거래선을 개척하는 것이 가장 효과적인 마케팅 방법이라 할 수 있음.

□ 유력 수입상, 디스트리뷰터 적극 활용

○ 전자부품 생산업체들이 체코 시장에서 다수 활동하고 있으나 대부분 수출에 집중하고 있으며, 내수는 대부분 아시아 국가로부터의 수입에 의존하고 있음. 따라서 현지 유력 수입상 및 디스트리뷰터를 적극 활용하고 주요 유통망 공략을 통한 적극적인 시장 진출 노력이 필요함.

사. 덴마크

□ 대규모 유통 체인 공략

○ 덴마크의 오디오/비디오 기기의 경우, 전체 매출액의 80% 가량을 대형 유통체인점이 차지할 정도로 전자제품 체인점과 슈퍼마켓 체인점의 영향력이 큼.
○ 주요 유통 체인점은 일반 수입업체와 비교하여 시장에서의 지배력이 크고 협상력을 가지고 있기 때문에 접근이 용이치 않은 것이 사실이나 제품의 품질이 우수하고 가격경쟁력을 갖추고 있다면 유통 체인점을 직접 공략하여 시장에 빠르게 침투하는 것도 좋은 방법임.

□ 덴마크 시장 내 적합한 접점 구축

○ 덴마크 시장은 상대적으로 작고 집중화 되어 있기 때문에 현지 지사 등을 개설하여 시장에 진출하는 방법은 삼성, LG 등 일부 제조업체들만이 효과적임.

○ 제조업체의 경우, 가장 효율적인 시장 진출 전략은 도매(수입)업체나 에이전트를 통해 시장에 접점을 구축하고 판매규모를 늘리는 것임.

□ 상호 신뢰 구축을 위한 노력 필요

○ 덴마크 전자제품 수입업체 및 유통점의 구매 특징은 구매 전 단계, 진행과정, 구매 후 단계별로 철저하게 제품과 공급업체에 대한 검증을 거치는 것임. 따라서 가격 오퍼에서부터 거래, 사후관리까지 상호 신뢰를 쌓기 위한 노력이 필요함.

□ 요구 사항에 신속한 대응체제 구축

○ 덴마크 업체들은 필요할 때 즉시 제품을 납품해 줄 수 있고 반품 및 A/S가 용이한 업체를 선호하는 경향이 있으므로 유럽에 물류 창고 또는 조립생산기지를 보유한 경우 유리함.

□ 기술 및 품질 관련 인증 필요

○ 유럽의 바이어들은 품질 기준에 매우 민감한 편으로 품질과 관련된 인증을 가지고 있을 경우 바이어 설득에 매우 유리함. 특히, 전기·전자제품의 경우 CE마크의 획득이 필수요소이므로 사전에 이에 대한 준비가 필요함.

□ 상담시 유럽 수출경험을 언급

○ 독일, 스웨덴 등 인근 유럽 지역의 업체들과 거래한 경험이 있을 경우 바이어는 제품의 품질이나 신용에 대해 안심을 하는 경향이 있으므로 유럽 수출 경험을 내세워 신용을 얻는 것도 좋은 방법이 될 수 있음.

□ 전문지 광고

○ 덴마크의 소비자 가전제품에 대한 광고를 통해 전문가나 소비자들의 이목을 끄는 전략도 유용할 수 있는데 주요 매체로는 아래의 두 가지를 들 수 있음.

- Aktuel Elektronik
  · www.techmedia.dk/blade/AEL.asp
  · 발행부수 : 6,800부
  · 광고비용 : 1페이지, 4도 기준 약 5,700불

- Elektronik of Data
  · www.elek-data.dk
  · 발행부수 : 7,600부
  · 광고비용 : 1페이지, 4도 기준 약 2,650불

아. 헝가리

□ 현지 체인점(유통점)을 통한 진출

○ 헝가리 가전제품의 경우 전체 매출액의 80% 가량을 대형 체인점(유통점)이 차지할 정도로 전자제품 체인점의 영향력이 큼.

○ 전문 체인점들은 자체 상점을 가지고 있거나 쇼핑몰에 입점하여 운영되고 있으며, Media Markt나 Saturn은 독일 Media Saturn GmbH사 소유로 1997년 헝가리 진출하여 가전시장을 리드하고 있음.

- 주요 전자제품 체인점으로는 Media Markt, Electroworld, Saturn, Elektropont(헝), Euronics(헝)을 들 수 있음.

○ 주요 유통 체인점은 일반 수입업체와 비교하여 시장에서의 지배력이 크나 납품이 어려워 현지 업체를 통한 접근이 필요함.

□ 현지 업체와의 제휴 추진

○ 유명 브랜드인 '삼성', 'LG' 제품은 현지에서 높은 지명도를 가지고 판매를 늘려가고 있음.

○ 그러나, 우리 중소기업의 경우 시장 진출 가능성은 충분하나, 저가의 중국산 및 대만산과 비교해 가격경쟁력에서 밀리고 있어 가격경쟁력 확보가 우선 과제이며, 한편으로는 현지 조립업체와의 제휴를 통해 부품을 한국에서 들여와 현지에서 조립 생산, 가격 열세를 대응해 나가는 방안도 적극 권장됨.

□ 중동구 시장진출의 교두보로 활용

○ 헝가리는 지리적으로 유럽의 중심에 위치하고 있으며, 서구와 동구를 연결하는 지점에 있어 대부분의 바이어들이 인근 동구시장까지 커버하고 있다는 사실을 주지할 필요가 있음.

□ 유럽 수출경력 제시

○ 헝가리는 독일 경제권에 속해 있어, 한국기업이 독일 등 유럽 지역의 업체들과 거래한 경험이 있을 경우 제품의 품질이나 신용에 대해 안심을 하는 경향이 있으므로 수출 경력을 제시하는 것도 필요

□ 탄력적인 결제조건

○ 일반적으로 인근 서유럽 상권에 대한 의존도가 높은 관계로 거래시 오래 전부터 굳어져온 관행인 외상거래(D/A, Usance 등)를 선호하고 있는 것이 특징임.

○ 아시아지역 수출업체와 거래시 납기, 물품 인수 후 자금 회전 등에 2~3개월이 소요되어 아시아 업체와 거래를 기피하는 경우가 많음.

○ 따라서, 바이어의 신용도에 따라 결제조건에 유연하게 대처할 필요가 있으나, 가급적 첫 거래는 정상거래(L/C, T/T 등)로 유도하는 것이 바람직함.

○ 일반적으로 헝가리 바이어들은 독일, 오스트리아 등 인접국으로부터 필요시마다 소량 주문에 익숙해 있어 지리적으로 원거리에 있고 한국으로부터 처음에 대량의 오더를 하는 경우는 거의 없음.

자. 멕시코

□ 소득수준별 소비자층 공략 필요

○ 현지 구매자들의 제품 선호도 분석 및 구매자 타겟팅 작업을 실시하는 것이 중요. 멕시코는 빈부격차가 매우 심한 국가로서, 상류층과 중하류층으로 소비시장의 극단적인 양분화가 심화되고 있음.

○ 이는 역사적으로 식민지시대부터 내려온 상황이자 고질적인 사회문제이므로, 제품의 사양과 디자인도 타겟 소비시장을 명확히 하면서 마케팅을 전개할 필요가 있음.

□ 브랜드 인지도 제고 필요

○ 멕시코내에는 주요 다국적기업들이 진출해있고, 한국제품은 삼성, LG 등의 전자제품이 우수한 품질로 시장 점유율을 높여가고 있음.

○ 그러나, 삼성, LG가 한국브랜드라는 걸 인지하지 못하는 다수 멕시코 소비자들의 경우, 한국제품을 중국산 저가 제품과 대동소이하게 생각하는 경우가 많아 한국제품에 대한 이미지 개선 노력이 필요

○ 중소기업 제품의 경우, 브랜드 인지도를 높이기 위해 멕시코의 주요 전시회에 적극적으로 참가하여 제품 인지도를 높이는 것이 바람직함. 전시회를 통해 경쟁동향과 시장 수요 동향을 파악할 수 있으므로 일석이조의 효과를 얻을 수 있음.

□ 중남미 진출 교두보로 활용

○ 멕시코는 지리적으로 북미와 중남미를 잇는 전략적인 위치에 있으며, 미국, 캐나다를 비롯한 전세계 42개국과 FTA를 체결하고 있고, 특히 중남미 다수 국가들과 FTA, 또는 경제보완협정을 체결한 국가임.

○ 따라서, 멕시코 현지 투자 진출시 멕시코 내수 시장은 물론 북미 및 중남미 FTA 체결국으로의 진출확대를 위한 전략적인 교두보로 활용가능한 시장임.

□ 철저한 A/S 체계 구비

○ 전자제품의 경우, A/S 시스템이 중시되므로, 장기적인 관점에서 철저한 A/S를 바탕으로 제품 인지도를 높여가는 것이 중요

○ 현지에 투자진출하지 않은 기업들의 경우, 전국적인 판매망이 있는 현지 에이전트나 디스트리뷰터 등을 통해 A/S 체계 마련이 필요함.

차. 브라질

□ 현지 진출 검토 필요

○ 완제품 수입 시 터무니없이 높은 관세가 부과되므로 현지 제조업체에게 부품을 판매하거나 핵심 부품을 수입한 후 현지에서 조립하는 형태의 현지 진출 검토가 바람직할 것으로 보임.

○ 현지투자를 확대하는 문제는 항상 브라질 정부가 최우선적인 관심사로 강조하는 부분임. 특히 최근에는 대기업과 협력 중소기업이 동반 진출하는 것이 상당히 유리한 것으로 판단됨.

□ 철저한 사전 시장 조사 필수

○ 브라질 인구 및 시장 크기만 고려하여 섣불리 시장 진출을 시도하는 것은 대단히 위험하므로 장기간에 걸쳐 진출 희망 분야 시장과 관련된 소비자의 특성 및 기호, 생활수준 등에 대한 철저한 조사가 이루어져야 함.

□ 관련 전시회 적극 참여

○ 특정 분야 바이어가 한 자리에 모이는 전시회에 적극 참가하여 자사 제품을 홍보하고 현지 바이어들의 반응을 알아보는 것도 시장 진출 시 야기되는 위험을 줄일 수 있는 방법임.

□ 지역별 시장 특성에 따른 차별화 전략

○ 파라나, 리오 그란데 도 술, 바이아, 리우 데 자네이루, 미나스 제라이스, 마라냥 주 등 각 지역별로 시장 특성을 파악해 차별화된 전략으로 지역상권을 공략할 필요가 있음.

카. 사우디아라비아

□ 경쟁시장으로서의 기회 다대

○ 사우디에서의 상품 마케팅 환경은 비교적 양호한 편임. 사우디는 기본적으로 자유무역에 의한 정책을 유지하여 외환통제가 없고, 수입관세 이외의 물량규제도 없음.

○ 특히, 2005년 12월 11일 WTO 가입이후 많은 외국기업이 시장진출을 시도하고 있어 앞으로 경쟁은 보다 치열해 질 전망이나, 그만큼 경쟁시장으로서의 기회가 많다고 할 수 있음.

□ 신중한 에이전트 선정

○ 사우디는 언어상의 장애, 관습상, 제도적인 장애 등으로 한국의 수출업체가 현지의 도움 없이 직접 수출하는 데는 한계가 많은 편임. 따라서, 현지 에이전트를 지정할 필요가 있는데, 사우디 상관행은 무척 까다롭고 한번 어긋난 에이전트 계약은 좀처럼 바로잡기가 힘들므로 계약 시 신중을 기할 필요가 있음.

○ 에이전트 계약은 매우 신중하게 이루어져야 하며, 최소한 6개월 정도 활동상황 등을 확인한 후 계약을 체결하는 것이 바람직함.

□ 체계화된 A/S 구축 및 제품에 대한 보증 강화

○ 현지 독점에이전트 및 수입상들의 의견을 종합하면, 제품공급 뿐만 아니라, 공급 후 부품조달, A/S 지원 등이 매우 중요한 요소임.

○ 체계화된 A/S 시스템 구축을 통하여 기존 거래선의 일탈을 방지하고 지속적인 판매수요를 확보하는 것이 필요하며, 제품에 대한 보증기간을 확대하여 소비자의 신뢰를 구축하는 전략도 필요

○ 한국제품의 경우, A/S 및 제품 보증에서 독일 등 선진국 제품과 가장 큰 차이를 보이고 있는데, A/S 및 제품 보증은 제품의 품질, 가격 등과 함께 매우 중요한 부분이므로 장기적 시장진출을 위해 반드시 보완해야하는 분야라고 할 수 있음.

□ 브랜드 이미지 구축

○ 전자제품의 품질과 성능은 소비자들이 직접 느끼는 부문이기 때문에 제품에 대한 신뢰도 구축이 매우 중요하다 할 수 있음. 이를 위한 효과적인 방법으로 국가 이미지 제고와 함께 브랜드 이미지를 구축함으로서 지속적인 시장진출 기회를 확보하여야 할 것임.

○ 독일, 일본제품의 경우 고급제품 이미지와 함께 브랜드 인지도가 매우 높아 고가임에도 불구하고 거래가 활발히 이루어지고 있는 점이 이를 반증하는 것임.

○ 한국의 경우에는 월드컵 등을 계기로 국가 인지도가 높아져 있고, 삼성, LG, 대우 등 대기업의 전자제품 브랜드 인지도는 양호한 편으로 이를 활용한 적극적 마케팅 전략을 지속 개발해 나가야 할 것임.

○ 특히, 70년대 중동특수 시절 한국건설업체의 대규모 진출에 따라 사우디 현지에서 한국기업에 대한 양호한 이미지가 형성되어 있는 점 또한 긍정적인 요소로 작용

□ 광고 판촉활동 적극전개 필요

○ 제품홍보 및 수출확대를 위한 효과적인 수단중의 하나가 광고로서 사우디 광고시장은 최근 크게 신장하고 있는데, 2005년도 광고시장은 전년대비 26.4%가 성장한 31억 달러 규모에 달한 것으로 추정됨.

- 영국의 전문기관인 Zenith Optimedia에 의하면, 사우디의 광고시장은 향후 2~3년간 연평균 20-30%의 성장세를 지속할 것으로 예상됨.

- 텔레비전 광고가 전체의 71%를 차지할 정도로 압도적으로 높은 편이며, 신문은 20%, 잡지 4%, 옥외광고 3%, 인터넷과 라디오 광고가 각각 1%의 비중을 차지

○ 전자제품 구매자 대부분이 일반 소비자임을 감안할 때 텔레비전 광고가 가장 효과적인 수단임.

- 사우디의 텔레비전은 국영방송으로서 일반방송과는 달리 국왕 동정과 종교방송 위주로 방영되고 있어 광고매체로는 부적절하며, 현재 다양하게 보급되어 있는 위성방송채널에 광고하는 것이 보다 효과적이라 할 수 있음.

○ 텔레비전 광고 이외에도 신문, 잡지, 인터넷 등의 매체를 통한 광고도 적극 고려할 필요성이 있음. 특히, 인터넷 광고는 규모는 작지만 2005년도에 약 80% 성장한 것으로 예측되어 향후 중요한 광고매체가 될 것으로 전망됨.

○ 광고요율은 분야별로 다양한데, 텔레비전 광고의 경우 회당 최소한 1만 달러 이상의 비용이 소요됨. 아랍일간지의 경우 cm당 SR140(US$37.3), 경제지인 Saudi Economy Survey의 경우 SR4,000(US$1,067: 내지1/2면)부터 SR12,000(US$3,200: 뒷 표지)까지 분포를 보이고 있음

○ 기타 판촉활동

- 제품홍보 수단 중의 하나로 축구경기, 경마 및 낙타경주나 기타 스포츠 행사의 후원자로 제품을 공급하거나 스폰서를 제공하는 방법이 있는데, 이러한 방법은 직접적인 홍보활동의 효과이외에 기업이미지를 제고하여 장기적인 이점을 얻을 수 있는 효과적인 수단이 될 수 있음.

- 사우디 딜러의 경우 일반적인 홍보방법은 미디어를 통한 광고, 신문, 경제지, 패션잡지, 팜플렛이나 브로슈어 배포 등의 방법을 사용하고 있음.

□ 전시회 참가를 통한 마케팅 활동 강화

○ 수출시장개척 활동 중 가장 효과적이고 직접적인 방법 중의 하나가 현지의 전문 박람회를 참가하는 것임. 전시회 및 기술세미나 등은 자신의 제품에 대한 성능과 장점을 소개할 수 있는 최적의 기회가 되고, 또한 다수의 바이어를 접촉할 수 있으며, 최신 제품의 흐름을 파악할 수 있기 때문에 판매활동에 가장 효과적인 수단이 될 수 있음.

부 록

관련 기업 협회 리스트
전자산업 관련 전시회 정보

1. 중 국

가. 주요 기업 및 관련 단체

○ 중국반도체산업협회

- 주소 : 북경시 만수로 27호 중국반도체산업협회
- 전화 : 86-010-68208591/68207449
- 팩스 : 86-010-68208587
- 홈페이지 : www.csia.net.cn
- 이메일 : wjj@csia.net.cn/xzh@csia.net.cn, louisa@csia.net.cn
- 담당자 : 吳京, 徐貞華, 呂哲

○ 深圳市三元晶液晶顯示科技有限公司(LCD)

- 주소 : 深圳市寶安區新安39區海樂路58-60號503#
- 전화 : 0755-27892739
- 팩스 : 0755-27897479
- 홈페이지 : www.lcmlcd.com
- 이메일 : 13380306550@sina.com
- 담당자 : Mr. liu

○ 深圳市星天華科技有限公司(PCB)

- 주소 : 深圳市福田區中航路都會100大廈B棟18樓
- 전화 : 0755-83014915
- 팩스 : 0755-83014935
- 홈페이지 : www.szxth.com
- 이이메일 : pcb@szxth.com

- 담당자 : Mr. Chen

○ 深圳市創威線路板有限公司(PCB)

- 주소 : 深圳市寶安福永新田工業區
- 전화 : 0755-27024858
- 팩스 : 0755-27312977
- 홈페이지 : http://www.china-pcb.net/company/view_detail.asp?id=13619
- 이메일 : bchpcb@126.com
- 담당자 : Mr. Fan

○ 深圳市博賽電子有限公司(PCB)

- 주소 : 深圳市寶安福永福海工業A區
- 전화 : 0755-29605749
- 팩스 : 0755-27326209
- 홈페이지 : www.szbspcb.com
  www.china-pcb.net/company/view_detail.asp?id=14161
- 이메일 : pcb668@126.com
- 담당자 : Mr. Yi

○ 深圳市恒天偉혁科技有限公司(PCB)

- 주소 : 深圳市南山區高新科技園上海汽車大廈10-11F
- 전화 : 0755-26738465
- 팩스 : 0755-26738397
- 홈페이지 : www.pcbaaa.com
  www.china-pcb.net/company/view_detail.asp?id=13733
- 이메일 : pcb315@21cn.com

○ 龍江線路板工匠(PCB)

- 주소 : 深圳市寶安西鄉大道共和工業路19號
- 전화 : 0755-29970567
- 팩스 : 0755-29970717
- 홈페이지 : www.lj-pcb.net
  www.china-pcb.net/company/view_detail.asp?id=14624
- 이메일 : grestpcb@163.com

○ 厦門市新普龍半導體有限公司(반도체)

- 주소 : 廈門市思明區天湖路50號天湖苑東19D
- 전화 : 0592-2225015
- 팩스 : 0592-2225016
- 홈페이지 : www.xmxpl.com
- 이메일 : xmxpl@xmxpl.com
- 담당자 : mr. hong

○ 森群電子(반도체)

- 주소 : 深圳市福田區中航路新亞洲電子商城3樓3B026室
- 전화 : 0755-61329818
- 팩스 : 0755-61329919
- 홈페이지 : www.szsq.hqew.com
- 이메일 : senqun-118@126.com
- 담당자 : mr.mo

○ 寧波中天電子有限公司(전자부품대리)

- 주소 : 浙江寧波市江北區人民路288號

- 전화 : 0574-87351555
- 팩스 : 0574-87675583
- 이메일 : zhongtian@ic555.com

○ 上海市安弓電子有限公司

- 주소 : 上海市翔殷路165號科研樓505室
- 전화 : 021-65513162
- 팩스 : 021-65513162
- 홈페이지 : www.agxdz.com
- 이메일 : angongxdz@etang.com

○ 濟南陳震南電子科技有限公司

- 주소 : 山東省濟南市歷下區趵突泉北路23號電子大樓2樓201-202室
- 전화 : 0531-86120188
- 팩스 : 0531-86377228
- 이메일 : chenzhennan@hc360.com

○ 廣州正隆電子科技有限公司

- 주소 : 廣州新港中路350號之7號影城花園C座706,806室
- 전화 : 020-34050019
- 팩스 : 020-34050165
- 홈페이지 : www.zleleco.com.cn
- 이메일 : zleleco@vip.sina.com

○ 北京艾富利半導體科技有限公司

- 주소 : 北京市海淀區知春路豪景佳苑2-507室

- 전화 : 010-51661162
- 팩스 : 010-51663662
- 홈페이지 : www.ccbcc.net
- 이메일 : ccb@ccbcc.net

○ 北京華淸益衆科技有限公司

- 주소 : 北京市海淀區中關村東路18號財智國際大廈B508
- 전화 : 010-82600442
- 팩스 : 010-
- 홈페이지 : www.hq-rich.com

○ 北京迪特福科技有限責任公司

- 주소 : 北京市海淀區知春路106湖太平洋國際大廈711室
- 전화 : 010-82637885
- 팩스 : 010-82637887
- 홈페이지 : www.dtf-tech.com
- 이메일 : zhengruiii@163.com

○ 北京航通達科技發展中心(OLED)

- 주소 : 北京和平里濱河路1號航天信息大樓104室
- 전화 : 010-84216290
- 팩스 : 010-68372600
- 홈페이지 : www.htd-tech.com
- 이메일 : wangxgq@263.com

○ 深圳生溢快捷電路有限公司(PCB)

- 주소 : 深圳市南油第1工業區104棟5層
- 전화 : 0755-26414680
- 팩스 : 0755-26492070
- 홈페이지 : www.nnnpcb.com
- 이메일 : syepcb@nnnpcb.com

○ 深圳市吉祿實業發展有限公司

- 주소 : 深圳深南中路電子科技大廈3207-3208A
- 전화 : 0755-83781088
- 팩스 : 0755-83780603
- 홈페이지 : www.szlucky.com.cn

○ 福建通達集團有限公司(LCD관련제품)

- 주소 : 福建石獅市蚶江鎭石湖路通達工業園區
- 전화 : 0595-88686188
- 팩스 : 0595-88680070
- 홈페이지 : www.tongda.com
- 이이메일 : tdgroup@pub2.qz.fj.cn
- 담당자 : 王亞南

○ 厦門TDK有限公司(RF/무선 측정)

- 주소 : 福建廈門市集美區同集南路321-339號
- 전화 : 0592-6150333-351
- 팩스 : 0592-6150320
- 홈페이지 : www.tdk.com.cn

- 이메일 : sales@tdk.com.cn
- 담당자 : 謝英資

○ 廈門法拉電子股份有限公司(condenser)

- 주소 : 福建廈門市金橋路101號
- 전화 : 0592-5331002
- 팩스 : 0592-5114027
- 홈페이지 : www.faratronic.com
- 이메일 : fara@public.xm.fj.cn
- 담당자 : 曾福生

○ 廈門宏發電聲有限公司(relay)

- 주소 : 福建廈門市集美北部工業區孫坂南路91-101號
- 전화 : 0592-6106688
- 팩스 : 0592-6106678
- 홈페이지 : www.hongfa.com
- 이메일 : market@hongfa.com
- 담당자 : 郭滿金

○ 廈門宏美電子有限公司(relay)

- 주소 : 福建廈門市湖里區華榮宏美大廈
- 전화 : 0592-6031108
- 팩스 : 0592-6030838
- 홈페이지 : www.hongmei-e.com
- 이메일 : sales@hongmei-e.com
- 담당자 : 黃立軍

○ 信華科技(廈門)有限公司(통신, 변압기 등 전자제품부품)

- 주소 : 福建廈門市杏林區杏南路46號
- 전화 : 0592-6210603
- 팩스 : 0592-6217607
- 홈페이지 : www.sinka.com.cn
- 이메일 : sinkawu@public.xm.fj.cn
- 담당자 : Mr. Zhong

○ 廈門FDK有限公司(integrate circuit)

- 주소 : 福建廈門市火炬高技術産業開發區馬壟路16號
- 전화 : 0592-6030576
- 팩스 : 0592-6030579
- 홈페이지 : www.fujitsu.com.cn
- 이메일 : mrchen@fdk.co.jp

○ 廈門廈華移動通信設備有限公司(통신)

- 주소 : 福建廈門市火炬高技術産業開發區廈華電子工業城C座2F
- 전화 : 0592-5687398
- 팩스 : 0592-5687728
- 홈페이지 : www.xoceco.com.cn
- 이메일 : ericlin@xoceco.com.cn
- 담당자 : mr.lin

○ 廈門中橋通信設備有限公司(통신)

- 주소 : 福建廈門市火炬高技術産業開發區中橋科技大廈
- 전화 : 0592-5623728

- 팩스 : 0592-5623718
- 홈페이지 : www.chabridge.com.cn
- 이메일 : chabridge@public.xm.fj.cn
- 담당자 : Mr. Hong

○ 夏新電子有限公司(통신)

- 주소 : 福建廈門市體育路45號
- 전화 : 0592-6516777
- 팩스 : 0592-5051631
- 홈페이지 : www.amoi.com.cn

○ 福建福日電子股份有限公司(PC)

- 주소 : 福建福州市五一北路169號福日大廈13層
- 전화 : 0591-83377134
- 팩스 : 0591-83319978
- 홈페이지 : www.furistock.com.cn

○ 福建實達電腦集團股份有限公司(PC)

- 주소 : 福建福州市洪山園路68號實達科技城
- 전화 : 0591-83703333
- 팩스 : 0591-83708118
- 홈페이지 : www.start.com.cn
- 담당자 : 景源

○ 福建福日電視機有限公司(TV)

- 주소 : 福建福州市五一南路32號

- 전화 : 0591-83268897
- 팩스 : 0591-83268545
- 홈페이지 : www.furitv.com
- 담당자 : Mr. Huang

○ 廈門華僑股份有限公司(TV)

- 주소 : 福建廈門市湖里工業區湖里大道22號
- 전화 : 0592-6021091
- 팩스 : 0592-527588
- 홈페이지 : www.xoceco.com.cn
- 이메일 : office@xoceco.com.cn
- 담당자 : 王憲瑢

○ 漳州市利利普電子有限公司(TV)

- 주소 : 福建漳州市藍田開發區橫三路光電科技樓
- 전화 : 0596-2109323
- 팩스 : 0596-2109815
- 홈페이지 : www.gdsun.com
- 이메일 : gsun@public.zzptt.fj.cn

○ 科菱機電(上海)有限公司(반도체)

- 주소 : 上海市虹橋開發區興義路8號上海万都中心29樓
- 전화 : 021-52082030
- 팩스 : 021-52081830
- 홈페이지 : www.keling.com.cn
- 이메일 : info@ke.china.meap.com

○ 上海馳尙電子科技有限公司(반도체)

- 주소 : 上海市仙霞路345號
- 전화 : 021-62560606
- 팩스 : 021-62746352
- 홈페이지 : www.mostyle.com.tw
- 이메일 : mssh02@shanghai.cngb.com
- 담당자 : Mr. Huang

○ 北京飛達電子集團公司(반도체)

- 주소 : 北京市朝陽區垡頭武基路75號
- 전화 : 010-67384109
- 팩스 : 010-67384108
- 홈페이지 : www.bj-feida.com.cn
- 이메일 : jiangping@96291.net
- 담당자 : 時琦

○ 上海好世貿易有限公司(반도체)

- 주소 : 上海市恒豊路31號金峰大廈303室
- 전화 : 021-63807329
- 팩스 : 021-63802139
- 홈페이지 : tangqinpin.ic.net.cn
- 이메일 : tangqinpin@sh163.net
- 담당자 : mr.bao

○ 深圳市先功集成電路有限公司(반도체)

- 주소 : 深圳市羅湖區泥崗東路1126號鹿岭大廈6樓

- 전화 : 0755-82471513
- 팩스 : 0755-82471607
- 홈페이지 : www.apmsemi.com
- 이메일 : apmhua@apmsemi.com
- 담당자 : 李華

○ 北京半九科技有限公司(반도체)

- 주소 : 北京市東城區菊兒胡同33號
- 전화 : 010-64031664
- 팩스 : 010-64013887
- 홈페이지 : www.banjiu.com
- 이메일 : bj@banjiu.com
- 담당자 : 李玉森

○ 沈陽飛達半導體器件場(반도체)

- 주소 : 遼寧省沈陽市東陵區東大營街14號
- 전화 : 024-88414579, 88420026
- 팩스 : 024-88414579
- 이메일 : syfdbdt@mail.sy.ln.cn
- 담당자 : mr.choi

○ 无錫開益禧半導體有限公司(반도체)

- 주소 : 江蘇省无錫市新加波工業園行創四路1號
- 전화 : 0510-5281000
- 팩스 : 0510-5282809
- 홈페이지 : www.kec.com.cn

- 이메일 : index@kec.com.cn
- 담당자 : mr.jin

○ 南通華達微電子有限公司(반도체)

- 주소 : 江蘇南通市濠南路1號
- 전화 : 0513-5512640, 5050008
- 팩스 : 0513-5516068
- 홈페이지 : www.nthuada.com
- 이메일 : hdyxb@jsmail.com.cn
- 담당자 : mr.shi

○ 啓東吉萊電子有限公司(반도체)

- 주소 : 江蘇啓東市淮龍鎭公園北路1261號
- 전화 : 0513-3211283
- 팩스 : 0513-3221193
- 홈페이지 : www.china-jilai.com
- 이메일 : service@china-jilai.com
- 담당자 : Mr. Lee

○ 揚州晶來半導體(集團)有限責任公司(반도체)

- 주소 : 江蘇揚州市太平路269號
- 전화 : 0514-7235980
- 팩스 : 0514-7235966
- 홈페이지 : www.chinajinglai.com
- 이메일 : yz.jtgc@public.yz.js.cn
- 담당자 : mr. qian

○ 湖州市菱湖興菱電力電子場(반도체)

- 주소 : 浙江湖州市菱湖鎭振興北路丁家塘
- 전화 : 0572-3308889
- 팩스 : 0572-3308991
- 홈페이지 : www.xianli59.com
- 이메일 : kal@mail.huptt.zj.cn
- 담당자 : mr. sun

○ 靑島半導體硏究所(반도체)

- 주소 : 山東靑島市福州北路8號
- 전화 : 0532-5713953
- 팩스 : 0532-5714310
- 홈페이지 : www.qdsri.com
- 이메일 : qsi@qdsri.com
- 담당자 : mr.chen

○ 山東省半導體硏究所(반도체)

- 주소 : 山東淄博市王村
- 전화 : 0533-6689643
- 팩스 : 0533-6680703
- 홈페이지 : www.sd83.com
- 이메일 : sd83@sd83.com
- 담당자 : mr.fan

○ 北京精電蓬遠顯示技術有限公司(LCD)

- 주소 : 北京海淀區淸華科學園華業大廈3區2層

- 전화 : 010-62780866
- 팩스 : 010-62771832
- 홈페이지 : www.vp-display.com
- 이메일 : sales@vp-display.com
- 담당자 : mr.dai

○ 京東方科技集團股份有限公司(LCD)

- 주소 : 北京市朝陽區酒仙橋路10號
- 전화 : 010-64318888
- 팩스 : 010-64363965
- 홈페이지 : www.boe.com.cn
- 이메일 : webmaster@boe.com.cn
- 담당자 : mr.wang

○ 沈陽北泰電子有限公司(LCD)

- 주소 : 遼寧沈陽市于洪區白山路108號
- 전화 : 024-86786868
- 팩스 : 024-86787147
- 홈페이지 : www.bigtide.com

○ 大連東福彩色液晶顯示器有限公司(LCD)

- 주소 : 遼寧大連市經濟技術開發區遼河西路191號
- 전화 : 0411-87312380
- 팩스 : 0411-87312389
- 홈페이지 : www.dongfu.com
- 이메일 : market@dongfu.com

- 담당자 : mr.yuan

○ 久代電子科技(上海)有限公司

- 주소 : 上海市浦東南路855號世界廣場28樓J座
- 전화 : 021-58369415
- 팩스 : 021-58369421
- 홈페이지 : www.forever-tech.com.cn

○ 聯建科技上海分公司

- 주소 : 上海市延安西路2299號上海世貿商城大廈1701室
- 전화 : 021-62361118
- 팩스 : 021-62361811
- 홈페이지 : www.wintek.com.tw
- 이메일 : winteksh@ms.wint다.com.tw
- 담당자 : mr. huang

○ 南京國顯電子公司

- 주소 : 江蘇南京市中山東路524號
- 전화 : 025-84585585
- 팩스 : 025-84641600
- 홈페이지 : www.guoxian.com
- 이메일 : gvision@jlonline.com

○ 南京華日液晶顯示技術有限公司

- 주소 : 江蘇南京市經濟技術開發區恒通大道19號
- 전화 : 025-85803333

- 팩스 : 025-85803203
- 홈페이지 : www.huarilcd.com

○ 光寶康電子(蘇州)有限公司

- 주소 : 江蘇蘇州市工業園區通園路666號
- 전화 : 0512-67011111
- 팩스 : 0512-62880971
- 홈페이지 : www.sziec.com
- 이메일 : sales@sziec.com

○ 瑞中電子(蘇州)有限公司

- 주소 : 江蘇蘇州市新區金楓路225號
- 전화 : 0512-66655800
- 팩스 : 0512-66655918
- 홈페이지 : www.amtran.com.tw
- 이메일 : hellen.li@amtran.com.tw

○ 蘇州愛普生有限公司

- 주소 : 江蘇蘇州市新區金楓路168號
- 전화 : 0512-68257002
- 팩스 : 0512-68251978
- 홈페이지 : www.epson.com.cn

○ 蘇州璨宇光學有限公司

- 주소 : 江蘇蘇州市工業園區東興路7號
- 전화 : 0512-67240114

- 팩스 : 0512-67260707
- 홈페이지 : www.sz.coretronic.com
- 이메일 : annah@sz.coretronic.com

○ 蘇州京東方茶谷電子有限公司

- 주소 : 江蘇蘇州市工業園區海棠街2號
- 전화 : 0512-67629855
- 팩스 : 0512-67625816
- 홈페이지 : www.boe.com.cn
- 이메일 : wangjinghuinie@sohu.com

○ 瑞儀光電(蘇州)有限公司

- 주소 : 江蘇吳江市遠東經濟技術開發區
- 전화 : 0512-63400666
- 팩스 : 0512-63407328
- 홈페이지 : www.radiant.com.tw

○ 杭州信利液晶顯示技術有限公司

- 주소 : 浙江 杭州市 文二路195號 耀江文欣大廈1807室
- 전화 : 0571-88259444
- 팩스 : 0571-88259133
- 홈페이지 : www.trulylcd.net
- 이메일 : qjyu@163.com

○ 厦門高卓立液晶顯示器有限公司

- 주소 : 福建廈門市火炬高技術産業開發區光廈樓南五層

- 전화 : 0592-6026045
- 팩스 : 0592-6026021
- 홈페이지 : www.lcdchina.com
- 이메일 : xmocular@public.xm.fj.cn

○ 厦門中佳光電科技有限公司

- 주소 : 福建廈門市火岠高技術産業開發區光廈樓南三層
- 전화 : 0592-5701618
- 팩스 : 0592-5717758
- 이메일 : fangcats@vip.sina.com

○ 莆田市莆輝光電科技有限公司

- 주소 : 福建莆田市城廂區南門路4號
- 전화 : 0594-2293578
- 팩스 : 0594-2292680
- 홈페이지 : www.ptvk.com
- 이메일 : ptvk@public.ptptt.fj.cn
- 담당자 : mr. tang

○ 長沙太陽人電子有限公司

- 주소 : 湖南長沙市五一東路95號東方商務樓18/19層
- 전화 : 0731-4167806
- 팩스 : 0731-4167807
- 홈페이지 : www.sunman.cn
- 이메일 : www@sunman.cn
- 담당자 : mr.jiang

○ 廣州市番禺錦程電子有限公司

- 주소 : 廣州市番禺區市橋鎭富華東路
- 전화 : 020-84664640
- 팩스 : 020-84804744
- 이메일 : jinc@public.guangzhou.gd.cn

○ 信利集團公司

- 주소 : 廣東汕尾市東冲路信利電子工業城
- 전화 : 0660-3367888
- 팩스 : 0660-3367875
- 홈페이지 : www.truly-cn.com
- 이메일 : trulysc@pub.shanwei.gd.cn
- 담당자 : mr.lin

○ 康惠(惠州)半導體有限公司

- 주소 : 廣東惠州市斜下航科工業園
- 전화 : 0752-2609600
- 팩스 : 0752-2602033
- 홈페이지 : www.casilsemi.com
- 이메일 : conhui@pub.huizhou.gd.cn
- 담당자 : mr.lin

○ 安達新液晶顯示器(深圳)有限公司

- 주소 : 深圳市寶安區觀瀾鎭君子布村南環路段龍興工業園2棟
- 전화 : 0755-28057112
- 팩스 : 0755-28057119

- 홈페이지 : www.intech-lcd.com.cn
- 이메일 : marketing@intech-lcd.com.cn
- 담당자 : mr.zeng

나. 주요 전시회

○ SEMICON china 2007

- 성격 : 중국국제반도체설비, 재료, 생산 및 서비스 전람회
- 전시장소 : 상해시 신국제박람중심
- 전시기간 : 2007년 3월 21일~2007년 3월 23일
- 주최기관 : SEMI china
  전화 : 86-021-64485666
  팩스 : 86-021-64480909

○ MICONEX 2006

- 성격 : 제17회 다국측량계기전시회
- 전시장소 : 북경시 중국국제전람중심
- 전시기간 : 2006년 9월 13일~2006년 9월 16일
- 홈페이지 : www.miconex.com.cn
- 주최기관 : 전화 : 010-84132376
  팩스 : 010-84111920

○ 慕尼黑상해전자전 2006

- 성격 : 제5기 중국국제 전자부품 및 광전기술박람회
- 전시장소 : 상해시 신국제박람중심

- 전시기간 : 2007년 3월 중순하순쯤 (미확정)
- 홈페이지 : http : //www.mmi-shanghai.com/chinese.htm
- 주최기관 : 慕尼黑전람(상해)유한회사
  전화 : 021-50450808
  팩스 : 021-50458100

○ 2006년 중국 국제전자설비, 전자부품전람회

- 전시장소 : 심천시 회의전람중심
- 전시기간 : 2006년 6월 19일~2006년 6월 21일
- 홈페이지 : http : //www.eceshow.com/mices/d422.html
- 주최기관 : 심천시多人行실업유한공사
  전화 : 0755-83502452
  팩스 : 0755-83502435

○ 2006 제13기 전자부품, 생산설비 전시회

- 전시장소 : 광동성 동관시 현대국제전람중심
- 전시기간 : 2006년 9월 6일~2006년 9월 8일
- 홈페이지 : www.expoking.com
- 주최기관 : 심천시 六方전람기획유한공사
  전화 : 0755-83867902
  팩스 : 0755-83867305

○ 2007중국국제평면FPD,설비재료 전람회

- 전시장소 : 상해국제전람중심
- 전시기간 : 2007년 3월 13일~2007년 3월 15일
- 주최기관 : SEMI china

전화 : 021-64485666
팩스 : 021-64480909

○ 제4회중국국제집적회로산업전람회(IC China 2006)

- 전시장소 : 蘇州國際博覽中心(3A/4A館)
- 전시기간 : 2006년 9월 6일~8일
- 전시규모 : 10,000평방미터
- 홈페이지 : http : //www.ic-china.org/
- 주최기관 : 중국반도체산업협회, CCPIT 전자신식산업분회,
  소주시인민정부
  ・北京연락처
  전화 : 86-010-6820749/0623/8589
  팩스 : 86-010-68154708/6820-7933/6827-2288
  ・蘇州연락처
  전화 : 86-0512-66681065
  팩스 : 86-0512-66681099

○ 2006년 춘계전국전자제품전람회

- 전시장소 : 심천시 CHINA HI-TECH FAIR EXHIBITION CENTER
- 전시기간 : 2006년 4월 12일~2006년 4월 14일
- 홈페이지 : www.elexcon.com/eng/
- 주최기관 : 중국전자기재총공사
  전화 : 0755-88315499
  팩스 : 0755-88315466

○ 2006 홍콩전자박람회

- 전시장소 : Hong Kong Convention And Exhibition Center(HKCEC)
- 전시기간 : 2006년 4월 14일~2006년 4월 17일
- 홈페이지 : hkelectronicsfairse.com
- 주최기관 : Hong Kong Trade Development Council
  전화 : 852-22404801
  팩스 : 852-28240249

○ 타이뻬이국제춘계전자전

- 전시장소 : Taipei World Trade Center Exhibition Hall
- 전시기간 : 2006년 4월 17일~2006년 4월 20일
- 홈페이지 : www.taipeitradeshows.com.tw/spring
- 주최기관 : TAITRA(대만대외무역발전협회)
  전화 : 886-2-27255200
  팩스 : 886-2-27234374

○ 2006 중국국제 전자제품 및 가전용 전기 전람회

- 전시장소 : 녕파국제회의전람중심
- 전시기간 : 2006년 9월 15일~2006년 9월 17일
- 홈페이지 : www.nbjdz.com
- 주최기관 : 중국국제무역촉진회, 영파국제회의전람중심관리유한회사
  전화 : 0574-87052045
  팩스 : 0574-87052047

2. 일 본

가. 주요 기업 및 관련 단체

○ (社)電子情報技術産業協會 (JEITA)

- 주소 : 우편번호 101-0062, 東京都千代田區神田駿河台3一11(三井住友海上駿河台別館ビル3F)
- 전화 : 03)3518-6430
- 팩스 : 03)3295-8725
- 홈페이지 : http : //www.jeita.or.jp

○ (社)日本半導体製造装置協會

- 주소 : 우편번호 160-0022, 東京都新宿區新宿1一7一10(グランドメゾン新宿御苑4F)
- 전화 : 03)3353-7651
- 팩스 : 03)3353-7970
- 홈페이지 : http : //www.seaj.or.jp/

○ SEMI Japan(SEMI(semiconductor Equipment and Material International))

- 주소 : 우편번호102-0074, 東京都千代田區九段南4一7一15(建和ビル7F)
- 전화 : 03-3222-5755
- 팩스 : 03-3222-5757
- 홈페이지 : http : //www.semi.org/japan

○ (社)日本프린트 回路工業會(JPCA)

- 주소 : 우편번호 167-0042, 東京都杉並區西荻北3一12一2(回路會館2Ｆ)
- 전화 : 03-5310-2020
- 팩스 : 03-5310-2021
- 홈페이지 : http：//www.jpcanet.or.jp

나. 일본의 주요 아웃소싱 기업

○ 리코

- 전화 : 03-3775-3603, 03-3777,8196
- 조달 담당자 e메일 : eiichi.kobayashi@nts.ricoh.co.jp
- 홈페이지 : http：//ext.ricoh.co.jp
- 아웃소싱 관심 품목 : 반도체, 액정, 범용 램프 등

○ 후지전기홀딩 주식회사

- 전화 : 03-5435-7111
- 본사 사무소 : 東京都品川區大崎1-11-2、ゲートシティ大崎イーストタワー
- 홈페이지 : http：//www.fujielectric.co.jp/
- 설립 : 1923년 8월29일
- 매상액 : 8,850억엔
- 종업원수 : 24,597명

○ 石川島播磨重工業

- 전화 : 03-3244-5736, 03-3244-5725
- 담당부서 이메일 : 조달관리본부 해외조달추진부

- 매상액 : 1조824억엔
- 조달액 : 850억엔(대한국 12억엔)
- 홈페이지 : http : //www.ihi.co.jp/
- 아웃소싱 관심품목 : 모터, 배전판, 펄프, 배열보일러 등

○ 파이오니아

- 전화 : 03-3494-1111
- 홈페이지 : http : //www.ebc-pioneer.com/
- 아웃소싱 관심품목 : 반도체 제반 부품

○ 도시바

- 담당부서 : 조달센터, 국제구매부
- 전화 : 03-3457-2429, 03-3456-6619
- 홈페이지 : http : //www.toshiba.co.jp/procure/index_j.htm
- 아웃소싱 관심품목 : 반도체, 액정 등

○ (주)히타치제작소

- 담당부서 : 자재부
- 전화/팩스 : 0282-43-1111/0282-43-1154
- 소재지 : Tochigi-ken Shimotsuga-gun Ohiracho Tomita 800
- 홈페이지 : http : //www.hitachi.co.jp
- 자본금 : 282,032백만엔
- 매상액 : 단독3,522,299백만엔
- 아웃소싱 관심 품목 : 냉장고, Room Aircon의 Assembly

○ 마쯔시다전기

- 담당부서 : 자재그룹
- 소재지 : Osaka-fu, Takatsuki-shi Saiwai-cho
- 전화 : 072-682-7476
- 홈페이지 : http : //www.matsushita.co.jp/
- 자본금 : 2,587억엔
- 매상액 : 연결 68,767억엔, 단독 39,007억엔
- 아웃소싱 관심품목 : Print 기판 유니트, 기구부품

○ (주)니치콘

- 소재지 : 京都市中京區御池鳥丸東入上原ビル3階
- 전화 : 075-231-8461
- 홈페이지 : http : //www.nichicon.co.jp/
- 자본금 : 14,286백만엔
- 매상액 : 105,891백만엔
- 아웃소싱 관심품목 : 필름콘덴서, 알루미늄전해콘덴서, 탄탈콘덴서 등 각종 콘덴서, 하이브리드 IC, 콘덴서응용관련기기 등

○ 닛신전기(주), NISSIN ELECTRIC

- 소재지 : Kyoto-shi Ukyo-ku, Umedutakaze-cho 47ban
- 담당부서 : 조달센터 가공그룹
- 전화/팩스 : 075-864-8325/075-871-5150
- 홈페이지 : http : //www.nissin.co.jp/mat/inquire.html
- 자본금 : 102억엔
- 매출액 : 60,000백만엔
- 아웃소싱 관심품목 : 배전판완성품조립, 기판실장

○ 오키전기공업(주) Oki Electric Industry Co., Ltd.

- 소재지 : Tokyo-to Hachiouji-shi Higashiasakawacho 550-1
- 담당부서 : 구매부
- 전화 : 0426-62-6688
- 자본금 : 67,862백만엔
- 매상액 : 6,045억엔
- 홈페이지 : http : //www.oki.com/jp/Home/JIS/index.html
- 아웃소싱 관심품목 : IC의 Assembly, Testing

○ 미츠비시전기(주)

- 소재지 : 兵庫縣姬路市千代田區840
- 담당부서 : 자재부 외주과
- 전화 : 0792-98-8862, 0792-98-8845
- 홈페이지 http : //www.mitsubishielectric.co.jp/
- 종업원수 : 1900명(히메지제작소)
- 아웃소싱 관심품목 : 전자제어연료분사장치, 콘트롤시스템, 아이도링제어유닛 등

다. 주요 관련 전시회

○ Display 2006

- 일시 : 2006.4.19~21
- 장소 : 도쿄 빅사이트
- 한국측단체명 : 한국디스플레이장비재료산업협회
- 주요전시품 : 액정, 플라즈마, 유기 EL, FED 등 최신 플랫 패널 디스플레이

- 예정 출전사수 : 50사
- 전회실적 : 2005.4.20~22일 개회, 장소 : 동경빅사이트, 출전자수 : 570사, 입장자수 : 5만2804인
- 문의처 : 리드 엑스비션 재팬(주)/국제플랫패널 디스플레이전 사무국 03-3349-8502, 팩스 : 03-3349-4900

○ JPCA Show 2006 국제전자회로산업전

- 일시 : 2006.5.31~6.2
- 장소 : 도쿄 빅사이트
- 한국측단체명 : 한국 전자회로산업협회
- 주요 전시품 : 전자기판, 전자기판 제조프로세스, 기판재료, 전자회로설계, 전자회로시험, 검사시스템, 초고밀도전자회로실장시스템, 환경안전 리사이클, 출판물, 기타 서비스 등
- 주최 : 일본 프린트회로공업회
- 예정출전사수 : 500사
- 예정입장인원 : 10만명
- 전회 실적 : 2005.6.1~3일 실시, 장소 동경빅사이트 홀, 출전사수 535사, 입장자수 10만6117명
- 문의처 : 일본 프린트회로공업회 / 사업부 전화 : 03-5310-2020, 팩스 : 03-5310-2021

○ CEATEC JAPAN

- 일시 : 매년 10월(제7회)
- 장소 : 마쿠하리멧세전시장
- 주최 : 정보통신네트웍산업협회, (사)전자정보기술산업협회, (사)일본퍼스널컴퓨터소프트웨어협회

- 주요 출품품목 : AV관련 제품, 정보통신.네트웍서비스, 네트웍 컴퓨팅, 소프트.어프리케이션, 전자부품, 전자디바이스, 산업용 전자기기 외
- 전회 개최 실적 : 일시 2005년10월4일-8일, 장소 : 마크하리멧세, 출품기업수 : 788개사, 단체(이중 해외 266개사.단체), 입장자수 : 19만9650명
- 문의처 : CEATEC JAPAN운영사무국
  전화 : 81-3-5402-7603, 팩스 : 81-3-5402-7606
  URL : www.cetec.com
  e-mail : info@ceatec.com

○ 세미콘재팬

- 일시 : 2006.12.6~8
- 장소 : 마크하리멧세
- 한국관련단체 : 한국반도체산업협회
- 주최 : SEMI 재팬
- 주요전시품 : 반도체 관련 부품 및 자재
- 예정출전사사 : 약 1600사
- 예정 입장자수 : 약10만명
- 전회실적 : 2005년 12월7일~9일, 장소 마크하리 멧세(치바)
- 문의처 : SEMI재팬 전시회부
  전화 : 81-3-3222-6022, 팩스 : 81-3-3222-5757

3. 미 국

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 주요 전자부품 디스트리뷰터

○ Arrow Electronics, Inc.

- 웹사이트 : www.arrow.com
- 주소 : 50 Marcus Dtrive, Melville, NY 11747
- 주요 취급품목 : 능동부품 및 컴퓨터 관련 전자부품

○ Avnet, Inc.

- 웹사이트 : www.avnet.com
- 주소 : 2211 South 47th St, Phoenix, AZ 85034
- 주요 취급품목 : 능동부품 및 컴퓨터 부품

○ Bell Microproducts, Inc.

- 웹사이트 : www.bellmicro.com
- 주소 : 1941 Ringwood Ave, San Jose, CA 95131
- 주소 취급품목 : 컴퓨터 부품 및 능동부품

○ TTI, Inc.

- 웹사이트 : www.ttiinc.com
- 주소 : 2441 Northeast Parkway, Forth Worth, TX 76106
- 주요 취급품목 : 수동부품 및 콘넥트 부품

○ Newwark, InOne

- 웹사이트 : www.newark.com
- 주소 : 4801 N. Ravenwood, Chicago, IL 60640
- 주요 취급품목 : Electro Mechanical 및 인터콘넥트 부품

○ Digi-Key Corp.

- 웹사이트 : www.digikey.com
- 주소 : 701 Brooks Avenue, South Thief River Falls, MN 56701
- 주요 취급품목 : 능동 및 수동부품

○ All American Semiconductor Inc.

- 웹사이트 : www.allamerican.com
- 주소 : 16115 NW 52nd Avenue, Micami, FL, 01887
- 주요 취급품목 : 능동부품

○ Nu Horizons Electronics Corp

- 웹사이트 : www.nuhorizons.com
- 주소 : 70 Maxess Road, Melville, NY 11747
- 주요 취급품목 : 수동부품

○ DAC

- 웹사이트 : www.heilind.com
- 주소 : 58 Jonspin Rd, Wilminton, MA 01887
- 주요 취급품목 : 인터콘넥트 부품

2) 주요 EMS(Electronic Manufacturing Service) 기업

○ Sanmina-SCI

- 웹사이트 : www.snamina-sci.com
- 주소 : 2700 North First St, San Jose, CA 95134
- 규모 : 미국 18개, 해외 43개 생산시설 보유

○ Solectron Corporation

- 웹사이트 : www.solectron.com
- 주소 : 847 Gibraltar Drive, Milpitas, CA 95035
- 규모 : 미국 29개, 해외 38개 생산시설 보유

○ Solectron Corporation

- 웹사이트 : www.celestica.com
- 주소 : 5325 Hellyer Avenue, San Jose, CA 95138
- 규모 : 미국 11개, 해외 22개 생산시설 보유

○ Jabil Circuit

- 웹사이트 : www.jabil.com
- 주소 : 10560Dr. Martin Ruther King St, St Peterburg, FL, 33716
- 규모 : 미국 10개, 해외 27개 생산시설 보유

○ Benchmark Electronics

- 웹사이트 : www.bench.com
- 주소 : 3000 Technology Drive, Angleton, TX 77515
- 규모 : 미국 8개, 해외 8개 생산시설 보유

○ Pluxus Corp.

- 웹사이트 : www.Pluxusintl.com
- 주소 : 1408 Northland Drive, St. Paul, MN 55120
- 규모 : 미국 9개, 해외 6개 생산시설 보유

○ Viasystems Group

- 웹사이트 : www.viasystems.com
- 주소 : 101 South Hanley Road, Suite 400, St. Louis, MO 63105
- 규모 : 미국 7개, 해외 5개 생산시설 보유

○ Pemstar

- 웹사이트 : www.pemstar.com
- 주소 : 3535 Technology Drive, Rochester, MN 55901
- 규모 : 미국 7개, 해외 9개 생산시설 보유

○ Suntron Corporation

- 웹사이트 : www.suntroncorp.com
- 주소 : 2401 West Grandview Rd, Phoenix, AZ 85023
- 규모 : 미국 9개 생산시설 보유

3) 주요 단체

○ AEA (American Electronics Associations)

- 웹사이트 : www.aeanet.org

○ CEA(Consumer Electronics Association)

- 웹사이트 : www.ce.org

○ SIA(Semi conductor Industry Association)

- 웹사이트 : www.sia-online.org

○ Semi(Semiconductor Equipment and material International)

- 웹사이트 : www.semi.org

나. 주요 전시회

○ CES

- 웹사이트 : www.cesweb.org)
- 개최주기 : 매년 (2006.1.5 ~ 8)
- 장소 : 라스베가스
- 주요 전시품목 : 일반 소비가전 및 IT 제품

○ Semicon West

- 웹사이트 : www.semi.org
- 개최주기 : 매년 (2006.7.10~ 14)
- 장소 : 샌프란시스코
- 주요전시품목 : 반도체 생산 장비 및 재료.

4. 독 일

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 주요 기업

○ Aaronn Electronics

- 주소 : Elly-Staegmeyr-Str 10, D-80999 Muenchen
- 전화 : (089) 89220253
- 팩스 : (089) 8121495

○ Actron GmbH

- 주소 : Posthalterring 18, 85599 Parsdorf
- 전화 : (089) 991509-0
- 팩스 : (089) 991509-50

○ Allied 전화esyn International GmbH

- 주소 : Kapweg 4, 13405 Berlin
- 전화 : (030) 4359000
- 팩스 : (030) 4326163

○ Anders electro GmbH

- 주소 : Am Heideberg 25, 06886 Lutherstadt Wittenberg
- 전화 : (03491) 667826
- 팩스 : (03491) 667840

○ ARtem GmbH

- 주소 : Olgastr 152, 89073 Ulm
- 전화 : (0731) 1516-0
- 팩스 : (0731) 1516-390

○ Atlantik Systeme GmbH

- 주소 : Fraunhoferstr 11a, 82152 Planegg
- 전화 : (089) 89505-0
- 팩스 : (089) 89505-100

○ autronic Melchers LCD Handels GmbH

- 주소 : An der Rossweid 18, 76229 Karlsruhe
- 전화 : (0721) 962 64 0
- 팩스 : (0721) 962 64-80

○ Craft Data GmbH

- 주소 : Gottlieb-Daimler-Str 9, 24568 Kaltenkirchen
- 전화 : (04191) 2755
- 팩스 : (04191) 4495

○ DATA DISPLAY AG

- 주소 : Industriestr 1, 82110 Germering
- 전화 : (089) 894450-0
- 팩스 : (089) 894450-90

○ DATA MODUL AG

- 주소 : Landsberger Str. 322, 80687 Muenchen
- 전화 : (089) 56017-0
- 팩스 : (089) 56017-119

○ DEMA electronics GmbH

- 주소 : Tuerkenstr 11, 80333 Muenchen
- 전화 : (089) 28 69 41-0
- 팩스 : (089) 28 35 09

○ ICCM LC Display KG

- 주소 : Alter Angel 24, 78056 Villingen-Schwenningen
- 전화 : (07720) 9988-0
- 팩스 : (07720) 9988-40

○ DSM Computer AG

- 주소 : Am Loferfeld 54, 81249 Muenchen
- 전화 : (089) 15798250
- 팩스 : (089) 15798196

○ EBT Optronic GmbH & Co KG

- 주소 : Robert-Bunsen-Str 1, 67098 Bad Duerkheim
- 전화 : (06322) 9567-0
- 팩스 : (06322) 9567-88

○ EBV Elektronik GmbH & Co. KG

- 주소 : Im Technologiepark 2-8, 85586 Poing
- 전화 : (08121) 7 74-0
- 팩스 : (08121) 7 74-422

○ Elektrosil GmbH

- 주소 : Ruhrstr 53, 22761 Hamburg
- 전화 : (040) 840001-0
- 팩스 : (040) 840001-65

○ Emmerich Batterie AG

- 주소 : Am Kreuzweg 1, 35469 Allendorf
- 전화 : (06407) 9100-0
- 팩스 : (06407) 9100-11

○ Eurodis Electronics Deutschland GmbH

- 주소 : Pascalkehre 1, 25451 Quickborn
- 전화 : (04106) 701-0
- 팩스 : (04106) 701-268

○ Fey -Elektronik GmbH

- 주소 : Bei der Kirche 42, 21271 Hanstedt
- 전화 : (04184) 8935-0
- 팩스 : (04184) 8935-55

○ Fortec AG

- 주소 : Lechwiesenstr 9, 86899 Landsberg
- 전화 : (08191) 91172-0
- 팩스 : (08191) 2 17 70

○ Framos Electronic-Vertriebs GmbH

- 주소 : Dauthendeystr 2, 1377 Muenchen
- 전화 : (089) 710667-0
- 팩스 : (089) 710667-66

○ Gleichmann & Co. Electronisc GmbH

- 주소 : Schraderstr 44, 67227 Frankenthal
- 전화 : (06233) 3 47-0
- 팩스 : (06233) 3 47-210

○ Glyn GmbH & Co KG

- 주소 : Am Wuertzgarten 8, D-65510 Idstein
- 전화 : (06126) 590-222
- 팩스 : (06126) 590-111

○ Hitex-Systementwicklung Gesellschaft fuer Angewandte Informatik mbH

- 주소 : Greschbachstr 12, 76229 Karlsruhe
- 전화 : (0721) 9628-0
- 팩스 : (0721) 9628-189

○ Infineon Technologies AG

- 주소 : St.-Martin-Str 53, 81541 Muenchen
- 전화 : (089) 2340
- 팩스 : (089) 63652000

○ Isylogic GmbH

- 주소 : Wendenstr 429, 20537 Hamburg
- 전화 : (040) 23 85 62-70
- 팩스 : (040) 23 85 62-77

○ Lehner Dabitros GmbH

- 주소 : Assbrook 4-6, 24649 Wiemersdorf
- 전화 : (04192) 50 07-0
- 팩스 : (04192) 50 07-11

○ Mitsumi Electronics Europe GmbH

- 주소 : Hammer Landstr 89, 41460 Neuss
- 전화 : (02131) 9255-0
- 팩스 : (02131) 9255-92

○ OSRAM Opto Semiconductors GmbH

- 주소 : Wernerwerkstr 2, 93049 Regensburg
- 전화 : (0941) 8505
- 팩스 : (0941) 8501002

○ Pan Dacom Networking AG

- 주소 : Robert-Bosch-Str 32, 63303 Dreieich
- 전화 : (06103) 932-333
- 팩스 : (06103) 932-445

○ Pohl Electronic GmbH

- 주소 : Neuendorfstr 18b, 16761 Hennigsdorf
- 전화 : (03302) 55 92 90
- 팩스 : (03302) 55 92 99

○ Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG

- 주소 : Kaikenriederstr. 27, 94244 Teisnach
- 전화 : (09923) 8571-152
- 팩스 : (09923) 8571-218

○ PRETTL Elektronik Radeberg GmbH

- 주소 : Robert-Bosch-Str 10, 01454 Radeberg
- 전화 : (03528) 456-01
- 팩스 : (03528) 456-256

○ Rutronik Elektronische Bauelemente GmbH

- 주소 : Industriestrasse 2, 75228 Ispringen
- 전화 : (07231) 8 01-0
- 팩스 : (07231) 8 22 82

○ Saft Batterien GmbH

- 주소 : Behringstr. 13, 63814 Mainaschaff
- 전화 : (06021)707-0
- 팩스 : (06021)707-85

○ Sanyo Energy (Europe) Corporate GmbH

- 주소 : Stahlgruberring 4, 81829 Muenchen
- 전화 : 089)4600 95-0
- 팩스 : 089)4600 95-190

○ SANYO Semiconductor (Europe) GmbH

- 주소 : Am Kronberger Hang 2a, 65824 Schwalbach
- 전화 : (06196) 926-0
- 팩스 : (06196) 926-266

○ Scheidt & Bachmann GmbH

- 주소 : Breite Str. 132, 41238 Moenchengladbach
- 전화 : (02166) 266-0
- 팩스 : (02166) 266-375

○ TAMUZ - LCD Video Monitors

- 주소 : Neuer Weg 24, 24558 Henstedt-Ulzburg
- 전화 : (04193) 9978-0
- 팩스 : (04193) 9978-11

○ Ultratronik GmbH

- 주소 : Gewerbestr 52,82211 Herrsching
- 전화 : (08152) 37090
- 팩스 : (08152) 5183

○ Unitronic AG

- 주소 : Muendelheimer Weg 9, 40472 Duesseldorf
- 전화 : (0211) 9511-0
- 팩스 : (0211) 9511-111

○ USE United Semiconductor Engineering GmbH

- 주소 : Maria-Theresia-Str 9, 81675 Muenchen
- 전화 : (089) 339292
- 팩스 : (089) 339083

○ Vossloh-Schwabe Wustlich GmbH & Co. KG

- 주소 : Carl-Friedrich-Gauss Str. 3, 47475 Kamp-Lintfort
- 전화 : (02842) 980-0
- 팩스 : (02842) 980-299

○ VRI GmbH Batterie-Technick

- 주소 : Wilhelm-Maybach-Str. 4, 73479 Ellwang
- 전화 : (07961) 922 88-0
- 팩스 : (07961) 922 88-88

○ W. Arnold GmbH

- 주소 : Morfelder Landstr. 11, 63225 Langen
- 전화 : (06103) 79023
- 팩스 : (06103) 977816

2) 관련 단체

○ 독일 전자부품 협회 Fachverband Bauelemente der Elektronik

<프랑크푸르트>
- 주소 : Stresemannallee 19,60596 Frankfurt/Main, Germany
- 전화 : 0 69/63 02-2 76
- 팩스 : 0 69/63 02-4 07
- E-Mail : zvei-be@zvei.org
- URL : http : //www.zvei-be.zvei.org
- 실무책임자 : Christoph Stoppok

<뉴른베르크>
- 주소 : Konigstorgraben 11, 90402 Nuernberg, Germany
- 전화 : 09 11/2 06 17 53
- 팩스 : 09 11/2 06 17 33
- E-Mail : zvei-be@zvei.org
- 실무책임자 : Herbert Riedl

○ 독일 기판산업 협회 Verband der Leiterplattenindustrie e.V.

- 주소 : Stresemannallee 19, 60596 Frankfurt/Main, Germany
- 전화 : 069 - 6302 276

- 팩스 : 069 - 6302 407
- E-Mail : VdL@zvei.org
- 실무책임자 : Christoph Stoppok

○ 독일 자동화, 스위치기기 및 설비, 인더스트리컨트롤 협회 Fachverband AUTOMATION / Schaltgerate, Schaltanlagen, Industriesteuerungen

- 주소 : Stresemannallee 19, 60596 Frankfurt/Main, Germany
- 전화 : 0 69 / 63 02-2 98
- 팩스 : 0 69 / 63 02-3 86
- E-Mail : schalt-tec@zvei.org
- 실무책임자 : Dr. Helmut Sturm

○ 독일 밧데리 협회 Fachverband Batterien

- 주소 : Stresemannallee 19, 60596 Frankfurt/Main, Germany
- 전화. 0 69/63 02-2 56
- 팩스 0 69/63 02-2 79
- E-Mail : batterien@zvei.org
- 실무책임자 : Dr. Reiner Korthauer

○ 유럽 인터커넥트 협회 European Interconnect Technology Initiative e.V. EITI

- 주소 : Stresemannallee 19, D-60596 Frankfurt am Main, Germany
- 전화 : 069-6302-276
- 팩스 : 069-6302-407
- E-Mail : EITI@zvei.org
- 실무책임자 : Dr. Christian Pophal

○ 유럽 전자 부품업체 협회
(European Electronic Component Manufacturers Association(EECA))

- 주소 : DIAMANT Building - Bd. A. Reyers 80 - B1030 Brussels - Belgium
- 전화 : +32 2 706 86 00
- 팩스 : +32 2 706 86 05
- E-mail : secretariat@eeca.be

나. 주요 전시회

○ Light + Building

- 개최기관 : Messe Frankfurt ExhibitionGmbH
- 주소 : Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt/Main, Germany
- 전화 : +49-(0) 69-7575-0
- 팩스 : +49-(0) 69-7575-6433
- 이메일 : info@messefrankfurt.com
- 홈페이지 : www.messefrankfurt.com
- 개최기간 : 2006.04.23~2006.04.27 (격년)
- 개최장소 : 프랑크푸르트

○ SMT/HYBRID/PACKAGING - Systemintegration in der Mikroelektronik / Internationale Fachmesse und Kongress

- 개최기관 : Mesago Messe Frankfurt GmbH
- 주소 : Rotebuehlstr. 83-85, 70178 Stuttgart, Germany
- 전화 : +49-(0)711-61946-0

- 팩스 : +49-(0)711-61946-96
- 이메일 : info@mesago.de
- 홈페이지 : www.mesago.de
- 개최기간 : 2006.05.30~2006.06.01(매년)
- 개최장소 : 뉘렌베르크

○ SENSOR+TEST - Die Messtechnik-Messe- Internationale Messe fuer Sensorik, Mess-und Prueftechnik mit Kongressen & MeasComp/ Sensors Messe fuer Messtechnik vom Sensor bis zum Computer

- 개최기관 : AMA Service GmbH
- 주소 : Von-Muenchhausen-Strasse 49, 31515 Wunstorf, Germany
- 전화 : +49-(0)5033-9693-0
- 팩스 : +49-(0)5033-9693-0
- 이메일 : info@sensorfairs.de
- 홈페이지 : www.sensorfairs.de
- 개최기간 : 2006.05.30~2006.06.01 (매년)
- 개최장소 : 뉘렌베르크

○ electronica - components, systems and applications

- 개최기관 : Messe Muenchen GmbH
- 주소 : Messegelaende, 81823 Muenchen, Germany
- 전화 : +49-(0)89-949-11628
- 팩스 : +49-(0)89-949-11629
- 이메일 : rehbein@messe-muenchen.de
- 홈페이지 : www.electronica.de
- 개최기간 : 2006.11.14~17 (격년)
- 개최장소 : 뮌헨

○ Productronica - Internationale Fachmesse der Elektronik-Fertigung

- 개최기관 : Messe Muenchen GmbH
- 주소 : Messegelaende, 81823 Muenchen, Germany
- 전화 : +49-(0)89-949-11628
- 팩스 : +49-(0)89-949-11629
- 이메일 : rehbein@messe-muenchen.de
- 홈페이지 : www.electronica.de
- 개최기간 : 2006.11.13~16 (격년)
- 개최장소 : 뮌헨

5. 체 코

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 관련 단체

○ Czech and Moravian Electrical and Electronic Association (EIA)

- 주소 : Dacickeho 10, 140 00 Praha 4, Czech Republic
- 전화 : +420 261 213 623
- 팩스 : +420 261 213 624
- 홈페이지 : http : //www.electroindustry.cz
- 메일 : ela@electroindustry.cz
- 담당자 : Mr. Stanislav Adamec, President of the Association
- 설립 : 1992년

- 국제 협회 Interelektro 회원, EU, 불가리아, 일본 등 전기 협회와 협력 중임. 전기, 전자 산업 및 IT 산업의 주 체코 생산업체 및 공급업체를 연합시키는 협회임.

2) 주요 기업

○ AutoCont CZ a.s.

- 주소 : Podebradska 55/88, 198 00 Praha 9, Czech Republic
- 전화 : +420 251 022 301
- 팩스 : +420 251 022 999
- 홈페이지 : http : //www.autocont.cz
- 메일 : oldrich.skala@autocont.cz
- 담당자 : Mr. Oldrich Skala, Director
- 주 품목 : IT/통신 장비
- 매출액 : 113백만불
- 직원수 : 717명

○ Blumenbecker Prag s.r.o.

- 주소 : Pocernicka 96, 108 03 Praha 10, Czech Republic
- 전화 : +420 296 411 63
- 팩스 : +420 296 411 620
- 홈페이지 : http : //www.blumenbecker.cz
- 메일 : info@blumenbecker.cz
- 담당자 : Mr. Jan Svarovsky, Marketing Manager
- 주 품목 : 전자부품
- 매출액 : 7백만불
- 직원수 : 57명

○ Buehler Motor s.r.o.

- 주소 : U Mostku 466, 530 41, Hradec Kralove 7, Czech Republic
- 전화 : +420 495 737 611
- 팩스 : +420 495 737 617
- 홈페이지 : http : //www.buehlermotor.cz
- 메일 : info@buehlermotor.cz
- 담당자 : Mr. Peter Philipp, Managing Director
- 주 품목 : 자동차용 전자부품
- 매출액 : 33백만불
- 직원수 : 450명

○ Elektronicke soucastky CZ, a.s.

- 주소 : Syllabova 1260/41, 703 00 Ostrava-Vitkovice, Czech Republic
- 전화 : +420 595 781 623
- 팩스 : +420 569 781 612
- 홈페이지 : http : //www.es-ostrava.cz
- 메일 : eso@es-ostrava.cz
- 담당자 : Ing. Olga Niziolova, Sales Manager
- 주 품목 : 수동 전자부품
- 매출액 : 1.7백만불
- 직원수 : 80명

○ Celestica Rajecko, s.r.o.

- 주소 : Osvobozeni 363, 679 02 Rajecko, Czech Republic
- 전화 : +420 516 486 858
- 팩스 : +420 516 486 212

- 홈페이지 : http : //www.celestica.com
- 메일 : vkozako@celestica.com
- 담당자 : Mrs. Vladislava Kozakova
- 주 품목 : PCB, 측정 전자부품
- 직원수 : 1,300명

○ Elektroprim-Koutnik, a.s.

- 주소 : Baarova 3/58, 140 00 Praha 4, Czech Republic
- 전화 : +420 241 485 096
- 팩스 : +420 241 480 839
- 홈페이지 : http : //www.elektroprim.cz
- 메일 : elektroprim@elektroprim.cz
- 담당자 : Mr. Pavel Koutnik, Business Director
- 주 품목 : 전기 분배 장비, 전자부품
- 매출액 : 14백만불
- 직원수 : 78명

○ ELSO Philips Service s.r.o.

- 주소 : Kladenska 3, 160 00 Praha 6, Czech Republic
- 전화 : +420 235 355 991
- 팩스 : +420 235 354 986
- 홈페이지 : http : //www.elso-group.cz
- 메일 : petr.svoboda@elso-group.cz
- 담당자 : Mr. Petr Svoboda
- 주 품목 : PCB, 컴퓨터 장비
- 매출액 : 16.7백만불
- 직원수 : 25명

○ Polovodice, a.s.

- 주소 : Novodvorska 1768/138a, 142 21 Praha 4, Czech Republic
- 전화 : +420 261 306 265
- 팩스 : +420 261 306 307
- 홈페이지 : http : //www.polovodice.cz
- 메일 : info@polovodice.cz
- 담당자 : Mr. Popelik, Business Director
- 주 품목 : 반도체
- 매출액 : 9백만불
- 직원수 : 270명

○ Prowjsghk Praha

- 주소 : Na Hutmance 300/7, 158 00 Praha, Czech Republic
- 전화 : +420 257 295 760
- 팩스 : +420 257 295 777
- 홈페이지 : http : //www.prowjsghk.cz
- 메일 : obchod@prowjsghk.cz
- 담당자 : Mr. Jiri Pesek, business and marketing manager
- 주 품목 : 통신 장비

○ KAPSCH International

- 주소 : Opletalova 1015/55, 110 00 Praha, Czech Republic
- 전화 : +420 221 466 311
- 팩스 : +420 222 244 288
- 홈페이지 : http : //www.kapsch.net
- 메일 : kapsch.praha@kapsch.net

- 주 품목 : 통신 장비

○ TA Systems

- 주소 : Tylova 57/1, 316 00 Plzen, Czech Republic
- 전화 : +420 378 124 200
- 팩스 : +420 378 124 222
- 홈페이지 : http : //www. tasystems.cz
- 메일 : tasystems@tasystems.cz
- 담당자 : Mr. Vladimir Panuska, managing director
- 주 품목 : 통신 장비

3) 전자제품 주요 체인점

○ Datart International s.r.o.

- 주소 : Pernerova 149/35, 186 00 Praha 8, Czech Republic
- 전화 : +420 225 991 111
- 팩스 : +420 228 991 171
- 메일주소 : info@datart.cz
- 웹사이트 : http : //www.datart.cz
- 설립 : 1993년
- 직원수 : 1,000명
- 매출액(2003) : 721백만불
- 담당자 : Mr. Jiri Cernak

○ Electro World, s.r.o.

- 주소 : Chlumecka 1531, 198 19 Praha 9, Czech Republic

- 전화 : +420 239 000 177
- 팩스 : +420 281 028 495
- 메일주소 : info@cc.electroworld.cz
- 웹사이트 : www.electroworld.cz
- 설립 : 2001년
- 매출액(2003) : 86백만불
- Contact person : Mr. Milan Ruzicka

○ K+B Progres, a.s.

- 주소 : U expertu 91, 250 69, Klicany u Prahy, Czech Republic
- 전화 : +420 272 122 111
- 팩스 : +420272 122 119
- 메일주소 : brtkovae@kbexpert.cz , simunkovai@kbexpert.cz
- 웹사이트 : http : //www.kbexpert.cz
- 담당자 : Ms. Brtkova, Business manager

○ Okay, s.r.o.

- 주소 : Ksirova 32, 619 00, Brno, Czech Republic
- 전화 : +420 545 544 511
- 팩스 : +420 545 234 318
- 메일주소 : tereza.konecna@okay.cz, info@okay.cz
- 웹사이트 : http : //www.okay.cz
- 구매담당자 : Ms. Tereza Konecna

4) 주요 도매업체

○ PCB

- Hokami(www.hokami.cz)
- Lamirel(www.lamirel.cz)
- Awos(www.awos.cz)
- Benesov(www.pcb-benesov.cz) 등

○ 능동/수동부품

- Emos(www.emos.cz)
- Alkal(www.alkal.cz)
- Fulgur Battman(www.fulgurbattman.cz) 등

○ LCD

- Taco(www.taco.cz)
- Acomp MB(www.lcdmonitory.cz)
- Divit International Trading(www.divit.cz) 등

5) 기타 관련 기업

○ COMPUTERWEB

- 주소 : Zavisice 192, 742 21 Koprivnice, Czech Republic
- 전화 : (+420) 777 597 253
- 홈페이지 : http : //www.computerweb.cz
- 메일주소 : p.kubena@computerweb.cz

- 담당자 : Mr. Pavel Kubena (Sales Director)

○ Alzasoft, a.s.

- 주소 : Jatecni 33A, 170 00 Praha 7, Czech Republic Czech Republic
- 전화 : (+420) 225 340 111
- 팩스 : (+420) 225 340 190
- 홈페이지 : http : //www.alzasoft.cz
- 메일주소 : kurz@alzasoft.cz
- 담당자 : Mr. Ondrich Kurz (Manager of Sales Department)

○ Digidy s.r.o.

- 주소 : Kvitkovicka 1533, Napajedla, 763 61, Czech Republic
- 전화 : (+420) 571 110 072
- 홈페이지 : http : //www.alave.cz

○ EZK

- 주소 : Svazarmovska 1011, 756 61 Roznov pod Radhostem, Czech Republic
- 전화 : (+420) 571 651 321
- 팩스 : (+420) 571 845 335
- 홈페이지 : http : //www.ezk.cz
- 메일주소 : ezk@ezk.cz
- 담당자 : Mr. Zdenek Krcmar

○ FK technics, s.r.o.

- 주소 : Konevova 62, 130 00 Praha 3, Czech Republic

- 전화 : (+420) 222 712 421
- 팩스 : (+420) 222 591 593
- 홈페이지 : http : //www.conrad.cz

나. 주요 전시회

○ INVEX 2006 / DIGITEX 2006

- 전시회명 : International Fair of Information and Communication Technologies International Fair of Consumer Electronics and Digital Entertaiment
- 개최시기 : 2006년 10월 9일~13일 (매년 개최)
- 주최 : Brnenske veletrhy a.s.
- 개최장소 : Brno - Exhibition Centre
- 주소 : Veletrhy Brno, a.s., Vystaviste 1, CZ - 647 00, Brno
- 담당자 : Mr. Petr Ondrasek
- 전화 : (420) 541 152 563
- 팩스 : (420) 541 153 057
- 메일 : pondrasek@bvv.cz
- 웹사이트 : www.bvv.cz
- 개최면적 : 30,127 s/m ('04년)
- 참가업체 : 590개 (외국 업체 105개)
- 방문객 : 126,740명

○ AMPER 2006

- 전시회명 : International Fair of Electronic and Electrical Products
- 개최시기 : 2006년 4월 4일~7일(매년 개최, 2007년 4월 예정)

- 주최 : Terinvest s.r.o.
- 개최장소 : PVA Letnany, Praha
- 주소 : Legerova 15, Praha 2, 120 00
- 담당자 : Mrs. Buchtova
- 전화 : (420) 221 992 134
- 팩스 : (420) 221 992 219
- 메일 : buchtova@terinvest.com
- 웹사이트 : www.amper.cz
- 참가업체 : 804개

6. 덴마크

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 전자제품 체인점

○ Expert

- 주소 : Langebjergvænget 4, DK 4000 Roskilde
- 설립연도 : 1998년 (Expert와 2Tal 간의 합병연도)
- 매출액 : 500백만 DKK
- 종업원수 : 50명 (구매부서)
- WEB : www.expert.dk
- 대표 : Mr. Jaan Ivar Semlitsch
- 담당자 : Mr. Martin Jensen, Purchasing Manager
  전화 : +45 46 77 77 77
  팩스 : +45 46 77 77 00

Email : mje@expert2tal.dk
- 주요품목 : 소비자 전자제품
- 수입규모 : 150백만 DKK
- 주요 수입국가 : 영국, 일본
- 기타사항
  · 디지털 위성방송 수신기 시장의 50%를 차지하고 있는 등 전자제품 판매시장에서 가장 큰 체인점 중 하나임.
  · 수입업체나 도매업체를 거치지 않고 자신들이 직접 구매를 하며 덴마크 내에 50여개의 프랜차이즈 매장을 운영하고 있음.

○ F-Group

- 주소 : Øster Alle 56, DK 2100 Copenhagen Eas
- 설립연도 : 1991년 (지주회사인 Fona는 1926년 설립)
- 매출액 : 25억DKK
- 종업원수 : 1277명
- WEB : www.fgroup.dk
- 담당자 : Ms. Annette Christoffersen, Purchasing Secretary
  전화 : +45 35 25 60 00
  팩스 : +45 35 25 60 01
  Email : ach@fgroup.dk
- 주요품목 : 소비자 가전제품
- 수입규모 : 750백만 DKK
- 주요 수입국가 : 독일, 일본, 영구, 미국
- 기타사항
  · 덴마크 최대 전자제품 유통체인점 중 하나로 오디오/비디오 관련 기기 및 컴퓨터 제품 등 모든 종류의 소비재 가전제품을 판매하고 있음.

・덴마크 내에 70여개의 매장을 가지고 있으며 자신들이 직접 제품을 수입하나 구매 물량이 작거나 시간이 많이 소요될 경우에는 수입업체를 통해 구매하기도 함.

○ Merlin

- 주소 : Lille Tornbjerg Vej 3, DK 5220 Odense SØ
- 설립연도 : 1968년
- 매출액 : 13억 DKK
- 종업원수 : 536명
- WEB : www.merlin.dk
- 대표 : Mr. Kim Andersen
- 담당자 : Mr. Jan Mikkelsen, Purchasing Manager Audio-Visual
  전화 : +45 63 15 23 00
  팩스 : +45 63 15 25 01
  Email : jm@merlin.d
- 주요품목 : 소비재 가전제품
- 수입규모 : 300백만 DKK
- 주요 수입국가 : 독일, 스웨덴, 중국
- 기타사항
  ・덴마크 내에 49개의 매장과 “Electronic World”라는 5개의 대형 매장을 보유하고 있으며 자신들의 국제 구매부서를 통해 직접 제품을 수입하고 있음.

2) 슈퍼마켓 체인점

○ Dansk Supermarked

- 주소 : Bjøstrupvej 18, DK-8270 Højbjerg

- 설립연도 : 1960년
- 매출액 : 456억 DKK
- 종업원수 : 19,000명
- WEB : www.dansksupermarked.dk
- 담당자 : Mr. Hans Nielsen, Purchasing Manager
- 주소 : Ageroevej 7, DK-8381 Tilst
- 전화 : +45 89 44 44 44
- 팩스 : +45 86 24 42 40
- 기타사항
  - Dansk Supermarked는 Netto, Føtex, Bilka 등 슈퍼마켓 체인점을 보유하고 있으며 공급선 발굴시 가격, 기한 내 납품 가능여부 등을 중요시 봄.
  - 공급업체의 규모에 대한 제한은 없으나 벌크 단위 제품구매가 많은 관계로 소규모 업체로부터의 구매는 많지 않은 편임.
  - Dansk Supermarked에 제품을 납품하기 위해서는 EDI를 통한 전자주문 거래가 가능해야 하는데 최근 동사는 업체 규모에 상관없이 인터넷을 통해 제품 거래가 가능한 World Wide Retail Exchange (www.worldwideretailexchange.org)에 가입한바 있음.

○ COOP

- 주소 : Roskildevej 65, DK-2620 Albertslund
- 설립연도 : 1896년
- 매출액 : 329억 DKK
- 종업원수 : 10,020명
- WEB : www.coop.dk
- 담당자 : Mr. Henrik Weber Hansen, Purchasing Manager
  전화 : +45 43 86 47 81

팩스 : +45 43 86 47 69

E-mail : henrik_weber_hansen@fdb.dk

- 기타사항
  - · 연간 810억 DKK 상당의 제품을 취급하고 있으며 SuperBrugsen, Kvickly, Fakta, Irma 등의 슈퍼마켓 체인을 보유하고 있음.
  - · 이들은 덴마크, 노르웨이, 스웨덴을 포괄하는 Coop Nordic사의 덴마크 법인으로 이들은 현재 공동의 구매 본부를 설치하는 것을 고려중임.
  - · 디자인이나 제품 품질을 중요시 하며 전자제품의 경우 브랜드 제품 외에도 고품질의 Lumatron과 Linea, 중저가의 Kennex 제품을 개별 상표 부착하여 판매하고 있음.
  - · 이외에 기업 윤리나 제품의 안전성에 대한 관심이 높아 아동 고용 문제나 작업장 안전, 환경 문제도 공급업체 선정시 고려되고 있음.

3) 관련 단체

○ BFE (Association of Consumer Electronics)

- 주소 : Christiansborggade 1, DK-1558 Copenhagen K
- 설립연도 : 1946년
- WEB : www.bfe.dk
- 회장 : Mr. Allan Bugge
- 담당자 : Mr. Finn Mobius, Director of Communications

  전화 : +45 33 32 90 66

  팩스 : +45 33 11 37 67

  Email : fm@bfe.dk
- 기타사항

· BFE는 소비재가전을 취급하는 수입업체와 소매업체들의 연합으로 회원사의 이익을 보호하고 관련 시장정보를 회원들에 제공하고 있음.
· 협회 내에는 위성방송장비 협회, 공 미디어협회 등 제품별로 소규모 조직이 구성되어 있음.

○ ITB (IT Association)

- 주소 : IT Branchen, Børsbygningen, Slotholmsgade 1217, Copenhagen K
- 설립연도 : 1920년
- WEB : www.itb.dk
- 회장 : Mr. Lars Monrad-Gylling
- 담당자 : Mr. Henrik Egede, Director of Communication
  전화 : +45 72 25 56 31
  Email : heg@itb.dk
- 기타 사항
  · ITB는 덴마크의 IT 관련 협회로써 협회 회원사의 이익을 대변하고 비즈니스 컨설팅 서비스를 제공하고 있음.
  · ITB는 덴마크의 IT, 텔레콤, 인터넷 비즈니스의 90% 가량인 250억 유로를 차지하고 있음.

나. 주요 전시회

- 전자제품과 관련하여 덴마크 업체들이 많이 참석을 하는 전시회로는 하노버에서 개최되는 CeBIT(www.cebit.de), 라스베가스에서 개최되는 CES (www.cesweb.org)가 유명함.

7. 헝가리

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 주요 수입업체

가) 이동통신 사업자

○ T-Mobile Rt.

- 주소 : H-1117 Budapest, Kaposvar u. 5 7.
- 전화 : (+36-1) 265 92 00
- 팩스 : (+36-1) 204 41 28
- E-mail : t-mobile@t-mobile.hu
- 홈페이지 : www.t-mobile.hu
- 대표 : Mr. Janos Winkler
- 설립연도 : 1994
- 종업원 : 1,709
- 총매출액 : US$ 1,211 백만

○ Pannon Rt.

- 주소 : H- 2040 Budars, Baross u. 165.
- 전화 : (+36-20) 930 40 00
- 팩스 : (+36-20) 930 41 00
- E-mail : ugyfelszolgalat@pgsm.hu
- 홈페이지 : www.pgsm.hu
- 대표 : Mr. Ove Fredheim

- 설립연도 : 1993
- 종업원 : 1,385
- 총매출액 : US$ 844 백만

○ Vodafone Hungary Rt.

- 주소 : H-1062 Budapest, Vci t 1-3. Westend City Center
- 전화 : (+36-1) 288 12 70
- 전화/팩스 : (+36-1) 288 35 20
- 홈페이지 : www.vodafone.hu
- 대표 : Mr. Attila Vitai
- 설립연도 : 1999
- 종업원 : 1,100
- 총매출액 : US$ 220 백만

나) LCD모니터 수입업체

○ Albacomp Rt.

- 주소 : H-8000 Szekesfehervar, Martirok utja 9.
- 전화 : (+36-22) 515 414
- 팩스 : (+36-22) 515 419
- 홈페이지 : www.albacomp.hu
- 담당자 : Mr. Jozsef Gaal, Purchasing director
- E-mail : jgaal@albacomp.hu
- 주요사업 : Manufacturing notebook and desktop PCs, LCD TVs, system integration, sale of LCD monitors. Main source of import is the Far East.

- 설립연도 : 1985/1993
- 종업원수 : 288
- 총 매출액 : US$ 62.8 백만

○ Mycom Kft.

- 주소 : H-1115 Budapest, Kelenfoldi ut 2.
- 전화 : (+36-1) 204 54 44
- 팩스 : (+36-1) 204 54 44
- 홈페이지 : www.mycom.hu
- 담당자 : Mr. Miklos Peto, managing director
- E-mail : miki@mycom.hu
- 주요사업 : Wholesale distribution of computers, parts, and hardware
- 설립연도 : 1998
- 종업원수 : 18
- 총 매출액 : US$ 14.5 백만

○ Szamitogephaz Impex kft.

- 주소 : H-4032 Debrecen, Nagy Lajos kiraly ter 4/b.
- 전화 : (+36-52) 524 526
- 팩스 : (+36-52) 524 528
- 홈페이지 : www.szamitogephaz.hu
- 담당자 : Mr. Istvan Dimeny, pyrchasing manager
- E-mail : dimeny.istvan@szamitogephaz.hu
- 주요사업 : Import and distribution of computer parts, spare parts
- 설립연도 : 2003
- 종업원 수 : 6
- 총 매출액 : US$ 1.3 백만

○ CHS Hungary Kft.

- 주소 : H - 1138 Budapest, Vci t 117-119.
- 사서함 : H - 1550 Budapest, Pf. 172
- 전화 : (+36-1) 451 35 00
- 팩스 : (+36-1) 451 35 35
- 홈페이지 : www.chs.hu
- 담당자 : Mr. Zoltan Dioszeghy, executive director
- E-mail : chs@chs.hu
- 주요사업 : PC hardware, software, printer, network products, projector, LCD monitor. Import, retail and wholesale distribution
- 설립연도 : 1994
- 종업원 수 : 105
- 총 매출액 : US$ 150 백만

○ HRP Hungary Kft.

- 주소 : H-1133 Budapest, Veso u. 7.
- 전화 : (+36-1) 452 46 00
- 팩스 : (+36-1) 350 13 51
- 홈페이지 : www.hrp.hu
- 담당자 : Mr. Geza Solt, managing director
- E-mail : info@hrp.hu
- 주요사업 : EDP hardware distribution and wholesale trade.
- 설립연도 : 1990
- 종업원 수 : 93
- 총 매출액 : US$ 75.8 백만

○ DTK Computer Hungary Rt.

- 주소 : H-1134 Budapest, Dozsa Gyorgy ut 61 63.
- 전화 : (+36-1) 412 34 00
- 팩스 : (+36-1) 412 34 09
- 홈페이지 : www.dtkcomputer.hu
- 담당자 : Mr. Peter Janszki, executive director
- E-mail : md@dtkcomputer.hu
- 주요산업 : Distribution of computer components
- 설립연도 : 1993
- 총 매출액 : US$ 2 백만

다) LCD TV, PDP TV 수입업체

○ Albacomp Rt.

- 주소 : H-8000 Szekesfehervar, Martirok utja 9.
- 전화 : (+36-22) 515 414
- 팩스 : (+36-22) 515 419
- 홈페이지 : www.albacomp.hu
- 담당자 : Mr. Jozsef Gaal, Purchasing director
- E-mail : jgaal@albacomp.hu
- 주요사업 : Manufacturing notebook and desktop PCs, LCD TVs, system integration, sale of LCD monitors. Main source of import is the Far East.
- 설립연도 : 1985/1993
- 종업원수 : 288
- 총 매출액 : US$ 62.8 백만

○ EURONICS VOROSKO Kft.

- 주소 : H - 8200 Veszprem, Papai ut 36.
- 전화 : (+36-88) 576 800
- 팩스 : (+36-88) 327 487
- 홈페이지 : www.euronics.hu
- 담당자 : Dr. Peter Fazekas, C.E.O
- 주요사업 : Operating a specialized chain store system for household appliances
- 설립연도 : 1989
- 종업원 수 : 500
- 총 매출액 : US$ 79 백만

○ Elektro Pont

- 주소 : H-6500 Baja, Rudnay Gy. U. 25.
- 전화 : (+36-79) 523 523
- 팩스 : (+36-79) 521 255
- 홈페이지 : www.elektropont.hu
- 담당자 : Mr. Tibor Takacs, President
- E-mail : beszerzes@elektropont.hu
- 주요사업 : Operating chain store. Retail trade of entertaining and household electronics
- 설립연도 : 1995
- 종업원 수 : 507
- 총 매출액 : US$ 64.9 백만

○ Media Markt Saturn Holding Hungary Ltd.

- 주소 : H-2040 Budapest, Petofi Sandor u. 64
- 전화 : (+36-23) 446 000
- 팩스 : (+36-23) 446 001
- 홈페이지 : www.mediamarkt.hu
- 담당자 : Mr. Andor Maurer, C.E.O
- 주요사업 : Economic co-ordination of the subsidiary companies of the media market. These subsidiaries are distributing household and entertaining electronics, computer items.
- 설립연도 : 2000
- 종업원 수 : 30
- 총 매출액 : US$ 11,4 백만

○ Electro World Hungary Ltd.

- 주소 : H-2040 Budaors, Malomko u. 5.
- 전화 : (+36-23) 447 100
- 팩스 : (+36-23) 447 101
- 홈페이지 : www.electroworld.hu
- 담당자 : Mr. Sandor Balogh, C.E.O
- E-mail : sandor.balogh@electroworld.hu
- 주요사업 : Operating specialized chain store for household and entertaining electronics
- 설립연도 : 2001
- 종업원 수 : 350
- 총 매출액 : US$ 73.3 백만

○ Studiotech Hungary Kft.

- 주소 : H-1039 Budapest, Szentendrei ut 283-285.
- 전화 : (+36-1) 240 14 44
- 팩스 : (+36-1) 240 14 45
- 홈페이지 : www.studiotech.hu
- 담당자 : Mr. Jozsef Blazer, commercial director
- E-mail : blazer@studiotech.hu
- 주요사업 : Import and distribution of professional video, audio technical items.
- 설립연도 : 1992
- 종업원 수 : 26
- 총 매출액 : US$ 4 백만

○ B & L Konferenciatechnika Kft.

- 주소 : H-2310 Szigetszentmikls, tkli ut 50/b.
- 전화 : (+36-24) 530 630
- 팩스 : (+36-24) 530 631
- 홈페이지 : www.bandl.hu
- 담당자 : Mr. Tamas Varsanyi, purchasing director
- 주요사업 : Import, retail and wholesale of professional conference, projection and audio-visual devices.
- 설립연도 : 2001
- 종업원 수 : 3

○ Pointer Multimedia Kft.

- 주소 : H-1026 Budapest, Bimbo ut 160-162.

- 전화 : (+36-1) 274 26 48
- 팩스 : (+36-1) 392 03 37
- 홈페이지 : www.pointerkft.hu
- 담당자 : Mr. Imre Pasztori, managing director
- E-mail : info@pointerkft.hu
- 주요사업 : Hungarian distributor for Mitsubishi Electronics co., Ltd, import and distribution of audio-visual devices
- 설립연도 : 2000
- 종업원 수 : 4
- 총 매출액 : US$ 1.1 백만

라) 냉장고 수입업체

○ Electrolux-Lehel Kft.

- 주소 : H-5100 Jszberny, Fmnyom u. 1
- 사서함 : H-5101 Jszberny Pf. 64
- 전화 : (+36-57) 415 999
- 팩스 : (+36-57) 415 812
- 홈페이지 : www.electrolux.com
- 담당자 : Mr. Jnos Takcs, general manager
- E-mail : info@electrolux.hu
- 주요사업 : Manufacturing of freezers, refrigerators, vacuum cleaners, dish-washing machines
- 설립연도 : 1952 / 1992
- 종업원 수 : 3,294
- 총 매출액 : US$ 570 백만

○ EURONICS VOROSKO Kft.

- 주소 : H - 8200 Veszprem, Papai ut 36.
- 전화 : (+36-88) 576 800
- 팩스 : (+36-88) 327 487
- 홈페이지 : www.euronics.hu
- 담당자 : Mr. Dr. Peter Fazekas, C.e.o.
- 주요사업 : Operating a specialized chain store system for household appliances
- 설립연도 : 1989
- 종업원 수 : 500
- 총 매출액 : US$ 79 백만

○ Elektro Pont

- 주소 : H-6500 Baja, Rudnay Gy. U. 25.
- 전화 : (+36-79) 523 523
- 팩스 : (+36-79) 521 255
- 홈페이지 : www.elektropont.hu
- 담당자 : Mr. Tibor Takacs, President
- E-mail : beszerzes@elektropont.hu
- 주요사업 : Operating chain store. Retail trade of entertaining and household electronics
- 설립연도 : 1995
- 종업원 수 : 507
- 총 매출액 : US$ 64.9 백만

○ Media Markt Saturn Holding Hungary Ltd.

- 주소 : H-2040 Budapest, Petofi Sandor u. 64
- 전화 : (+36-23) 446 000
- 팩스 : (+36-23) 446 001
- 홈페이지 : www.mediamarkt.hu
- 담당자 : Mr. Andor Maurer, C.E.O
- 주요사업 : Economic co-ordination of the subsidiary companies of the media market. These subsidiaries are distributing household and entertaining electronics, computer items.
- 설립연도 : 2000
- 종업원 수 : 30
- 총 매출액 : US$ 11,4 백만

○ Electro World Hungary Ltd.

- 주소 : H-2040 Budaors, Malomko u. 5.
- 전화 : (+36-23) 447 100
- 팩스 : (+36-23) 447 101
- 홈페이지 : www.electroworld.hu
- 담당자 : Mr. Sandor Balogh, C.E.O
- E-mail : sandor.balogh@electroworld.hu
- 주요사업 : Operating specialized chain store for household and entertaining electronics
- 설립연도 : 2001
- 종업원 수 : 350
- 총 매출액 : US$ 73.3 백만

마) 에어컨 수입업체

○ Klima Ipari Centrum

- 주소 : H-5400 Mezotur, Szolnoki u. 5.
- 전화 : (+36-56) 350 333
- 팩스 : (+36-56) 350 402
- 홈페이지 : www.klimart.hu
- 담당자 : Mr. Gabor Korcsok, commercial director
- E-mail : gabor.korcsok@klimart.hu
- 주요사업 : Air conditioning equipments for buildings, cars, agricultural power machines, and spare parts
- 설립연도 : 1982
- 종업원 수 : 150
- 총 매출액 : US$ 21 백만

○ Tekno Point Kft.

- 주소 : H-1211 Budapest, Gyepsor u. 1.
- 사서함 : H-1751 Budapest, Pf. 123.
- 전화 : (+36-1) 420 02 28
- 팩스 : (+36-1) 277 26 37
- 홈페이지 : www.teknopoint.com
- 담당자 : Mr. Laszlo Csizmadia, commercial director
- 주요사업 : Export, import, wholesale trade of air-conditioners and air-technical equipements.
- 설립연도 : 1997
- 종업원 수 : 20
- 총 매출액 : US$ 2.7 백만

○ Klimatrio Kft.

- 주소 : H-7622 Legszeszgyar u. 40.
- 전화 : (+36-72) 512 240
- 팩스 : (+36-72) 512 249
- 홈페이지 : www.klimatrio.hu
- 담당자 : Mr. Laszlo Balogh, managing director
- E-mail : info@klimatrio.hu
- 주요사업 : Design, execution, import and service of air-conditioners. Imports from Austria, Japan, Italy.
- 설립연도 : 1995
- 종업원 수 : 21
- 총 매출액 : US$ 2 백만

○ Klimabest Kft.

- 주소 : H-9700 Szombathely, Jaszai Mari u. 5.
- 전화 : (+36-94) 514 360
- 팩스 : (+36-94) 514 369
- 홈페이지 : www.klimabest.hu
- 담당자 : Mr. Csaba Horvath, managing director
- E-mail : info@klimabest.hu
- 주요사업 : Import, distribution, assembly, service of air conditioners. Import : Austria
- 설립연도 : 1991
- 종업원 수 : 9
- 총 매출액 : US$ 0.5 백만

○ Klimatrade Kft.

- 주소 : H-1116 Budapest, Fehervari ut 108 112.
- 전화 : (+36-1) 203 61 84
- 팩스 : (+36-1) 203 62 46
- 홈페이지 : www.klimatrade.hu
- 담당자 : Ms. Bernyak Ernone, executtive director
- E-mail : klimatrade@klimatrade.hu
- 주요사업 : Retail and wholesale trade of air-conditinoers, cooling technology goods. Import : Germany, Israel, Switzerland
- 설립연도 : 1990
- 종업원 수 : 4
- 총 매출액 : US$ 0.6 백만

○ Klima Aruhaz Kft.

- 주소 : H-1133 Budapest, Reitter Ferenc u. 132.
- 전화 : (+36-1) 350 70 70
- 팩스 : (+36-1) 350 71 72
- 홈페이지 : www.klima.hu
- 담당자 : Mr. Miklos Horvath, executive director
- E-mail : info@klima.hu
- 주요사업 : Trade of air-conditioning equipements, air and heating technical systems
- 설립연도 : 1997
- 종업원 수 : 18
- 총 매출액 : US$ 5.5 백만

○ Media Markt Saturn Holding Hungary Ltd.

- 주소 : H-2040 Budapest, Petofi Sandor u. 64
- 전화 : (+36-23) 446 000
- 팩스 : (+36-23) 446 001
- 홈페이지 : www.mediamarkt.hu
- 담당자 : Mr. Andor Maurer, C.E.O
- 주요사업 : Economic co-ordination of the subsidiary companies of the media market. These subsidiaries are distributing household and entertaining electronics, computer items.
- 설립연도 : 2000
- 종업원 수 : 30
- 총 매출액 : US$ 11,4 백만

○ Electro World Hungary Ltd.

- 주소 : H-2040 Budaors, Malomko u. 5.
- 전화 : (+36-23) 447 100
- 팩스 : (+36-23) 447 101
- 홈페이지 : www.electroworld.hu
- 담당자 : Mr. Sandor Balogh, C.E.O
- E-mail : sandor.balogh@electroworld.hu
- 주요사업 : Operating specialized chain store for household and entertaining electronics
- 설립연도 : 2001
- 종업원 수 : 350
- 총 매출액 : US$ 73.3 백만

2) 관련 단체

○ 냉동공조 조합(Association for Companies dealing with Cooling and conditioning Technologies (HKVSZ))

- Website : www.hkvsz.hu
- 주소 : H-1027 Budapest, F utca 68.
- 전화 : (+36-1) 201-7137
- E-mail : info@hkvsz.hu

○ 통신협회(The National Communications Authority Hungary)

- 주소 : H-1015 Budapest, Ostrom u. 23 -25
- 전화 : (+36-1)457-7100
- 팩스 : (+36-1)-356-5520
- E-mail : info@nhh.hu
- Website : www.nhh.hu
- President : Mr. Daniel Pataki

나. 주요 전시회

○ InfoMarket InfoTrend Expo

- 개최기간 : 2006. 9. 9~17
- Website : www.infomarket.hu
- 주최자 : Hungaexpo Rt.

○ Budapest International Fair

- 개최기간 : 2006. 9. 9~17
- Website : www.bnv.hu
- 주최자 : Hungaexpo Rt.

8. 멕시코

가. 주요 관련 단체

○ 멕시코전자무역표준협회(AMECE)
(Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico)

- 주소 : Boulevard Manuel Avila Camacho No. 138-9, Col. Lomas de Chapultepec, C.P. 11000, Mexico D.F., Mexico
- 전화 : 52-55-5249-5200
- 팩스 : 52-55-5249-5228
- 홈페이지 : www.amece.org.mx
- Contact : Mr. Mario Alberto Cortés / 기업담당 manager
- E-mail : mcortes@amece.org.mx

○ 멕시코 IT 전자 산업 상공회의소(CANIETI)
(Cámara Nacional de la Industria Electrónica de ecomunicaciones e Informática)

- 주소 : Culiacán No. 71, Col. Hipódromo Condesa, C.P. 06100, Mexico D.F., Mexico
- 전화 : 52-55-5264-0466

- 팩스 : 52-55-5264-0808
- 홈페이지 : www.canieti.net
- Contact : Mr. Rogelio Garza / General Director
- E-mail : canieti@mail.internet.com.mx

○ 멕시코 IT산업협회(AMITI)
(Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información)

- 주소 : Paseo de la Reforma No. 295, Piso 6, Col. Cuauhtémoc, C.P. 06500, Mexico D.F., Mexico
- 전화 : 52-55-5207-0409
- 팩스 : 52-55-5207-6016
- 홈페이지 : www.amiti.org.mx
- Contact : Ms. Karla Maldonado / Marketing manager
- E-mail : amiti@maiti.org.mx

○ 멕시코 가전제품 유통업 협회 (ANDAD)
(Asociación Nacional de Distribuidores de Aparatos Domésticos)

- 주소 : Zacatecas #155, planta baja Col. Roma CP 06700
- 전화 : 52-55- 5584-8844
- 팩스 : 52-55- 5584-1360
- 홈페이지 : N/A
- Contact : Mr. Leopoldo Arellano/ Director General
- E-mail : andad@prodigy.net.mx

○ 멕시코 가전제품 제조협회(AMFAD)
Asociación Nacional de Fabricantes de Aparatos Domésticos

- Add : Homero #109-1601 piso 16 Col. Polanco CP 11570
- 전화 : 52-55-5545-0018 / 0320
- 팩스 : 52-55- 5545 8366
- Homepage : www.anfad.com
- Contact : Ms. Martha Perez / Marketing manager
- E-mail : mperez@anfad.com

나. 주요 전시회

○ 몬테레이 홈 오토 시스템 전시회

- 개최국가/도시 : 멕시코/몬테레이
- 개최주기 : 매년
- 최초개최년도 : 2006년
- 개최기관 : 2006.06.16~2006.06.17
- 전시장 : Centro CONVEX
- 전시분야 : 보안, 안전설비, 전기・전자, 조명
- 부스당 임차료(㎡) : 191,475원
- 임차료수준 : 조립식 부스(US$ 1665+VAT/9㎡)
  독립식 부스(US$ 1665+VAT/9㎡)
- 주최기관 : Giprex Mexico, S.A. de C.V
- 주최기관 담당자 : Ms. Andrea Garza
- 주최기관 주소 : Tzeneontles No. 560, Col. San Jemo, Monterrey, N.L., Mexico 64630
- 주최기관 전화 : 52-81-8347-8560
- 주최기관 팩스 : 52-81-8346-2597
- 주최기관 URL : www.expocasainteligente.com
- 주최기관 이메일 : agarza@giprex.com

- 전시품목 : 보안 및 홈 자동화관련 모든 시스템 제품
- 비고 : 본 전시회는 2006년 처음으로 개최되는 전시회임.

○ 멕시코 시티 전기산업 기술전

- 개최국가/도시 : 멕시코/멕시코시티
- 개최주기 : 매년
- 최초개최년도 : 1997년
- 개최기관 : 2006.07.19~2006.07.21
- 전시장 : Centro Banamex
- 참가국수 : 20개국
- 개최국 참가업체 수 : 126개 업체
- 외국참가업체 수 : 50 업체
- 개최국 참관객수 : 17,810명
- 주요참가국 : 미국, 스페인, 이탈리아, 멕시코
- 한국업체 참가여부 : No
- 한국참가 업체 수 : 0
- 전체 참관객 수 : 19,310명
- 외국 참관객 수 : 1.500명
- 전시분야 : 전기.전자
- 부스당 임차료(㎡) : 328,785원
- 임차료수준 : 조립식 부스(US$ 2859+VAT/9㎡)
  독립식 부스(US$ 2859+VAT/9㎡)
- 주최기관 : Vanguardia en Exposicion
- 주최기관 담당자 : Ms. Gaebiela Mora
- 주최기관 주소 : Cerro de las Campanas #3 Torre 2 Despacho 201
  San Andres Atenco, Tlalnepantla, Edo. de Mexico
  C.P. 54040

- 주최기관 전화 : 52-55-9113-1040
- 주최기관 팩스 : 52-55-9113-1040
- 주최기관 URL : www.expoelectrica.com.mx
- 주최기관 이메일 : gmora@vanexpo.com.mx
- 전시품목 : 전기산업 기술 전시회

○ 멕시코 컴퓨터, 전자제품 전시회

- 개최국가/도시 : 멕시코/멕시코시티
- 개최주기 : 매년
- 최초개최년도 : 1990년
- 개최기관 : 2006.08.09~2006.08.13
- 전시장 : World Trade Center
- 참가국수 : 10개국
- 개최국 참가업체 수 : 160개 업체
- 외국참가업체 수 : 40 업체
- 개최국 참관객수 : 179,000명
- 주요참가국 : 미국, 멕시코, 일본, 한국
- 한국업체 참가여부 : Yes
- 한국참가 업체 수 : 3개사
- 전체 참관객 수 : 180,000묭
- 외국 참관객 수 : 1.000명
- 전시분야 : 전기・전자, 컴퓨터.PC 주변기기
- 부스당 임차료(㎡) : 414,000원
- 임차료수준 : 조립식 부스(US$ 3600+VAT/9㎡)
  독립식 부스(US$ 3600+VAT/9㎡)
- 주최기관 : LOGISTICA DE VALOR AGREGADO S.A DE C.V.
- 주최기관 담당자 : Mr. Luis Bado

- 주최기관 주소 : Urbina No.5 Naucalpan Edo. de Mexico
- 주최기관 전화 : 52-55-5387-3580
- 주최기관 팩스 : 52-55-5387-3505
- 주최기관 URL : www.feria.com.mx
- 주최기관 이메일 : lbado@lvalogistica.com.mx
- 전시품목 : 컴퓨터 관련기기, 모든 전자제품

○ 멕시코 시네마, 비디오, TV 전자제품 전시회

- 개최국가/도시 : 멕시코/멕시코시티
- 개최주기 : 연 3회
- 최초개최년도 : 1994년
- 개최기관 : 2006.08.22~2006.08.25
- 전시장 : World Trade Center
- 참가국수 : 2개국
- 개최국 참가업체 수 : 75개 업체
- 외국참가업체 수 : 10업체
- 개최국 참관객수 : 11,400명
- 주요참가국 : 멕시코, 미국
- 한국업체 참가여부 : No
- 한국참가 업체 수 : 0
- 전체 참관객 수 : 12,000명
- 외국 참관객 수 : 600명
- 전시분야 : 전기・전자
- 부스당 임차료(㎡) : 225,170원
- 임차료수준 : 조립식 부스(US$ 1958+VAT/9㎡)
  독립식 부스(US$ 1958+VAT/9㎡)
- 주최기관 : La Recista Telemundo
- 주최기관 담당자 : Mr. Jose Antonio Fernandez

- 주최기관 주소 : Circuito estadio Azteca No. 21 Col. Media Luna Del. Coyoacan C.P. 04737, Mexico D.F.
- 주최기관 전화 : 52-55-5528-6050
- 주최기관 팩스 : 52-55-5528-8631
- 주최기관 URL : www.canal100.com.mx/expo
- 주최기관 이메일 : ivonne@canal100.com.mx
- 전시품목 : 시네마, 비디오, TV관련 모든 전자제품

9. 브라질

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 브라질 디지털 전자제품 주요 생산 기업

- LG (www.lge.com)
- Samsung (www.samsung.com.br)
- Nokia (www.nokia.com.br)
- Sony (www.sony.com.br)
- Philips (www.philips.com.br)
- Philco (www.philco.com.br)
- Panasonic (www.panasonic.com.br)
- Siemens (www.siemens.com.br)
- Kodak (www.kodak.com.br)
- Canon (www.canon.com.br)
- AOC (www.aoc.com.br)
- Waytec (www.waytec.com.br)
- Preview (www.preview.com.br)

2) 관련 단체

○ 정보통신국(ANA전화 : www.ana전화.gov.br)
○ 브라질전자제품업체협회(ELETROS : www.eletros.org.br)
○ 브라질전기전자산업협회(ABINEE : www.abinee.org.br)

나. 주요 전시회

○ 전화expo

- 특징 : 정보 통신 장비 및 IT 제품 전시회로 매년 개최
- 기간 : 2006년 3월 7-10일
- 장소 : Expo Center Norte
- 전시면적 : 45,000m^2
- 전시업체 수 : 313 개
- 외국업체 수 : 37개
- 관람객 수 : 42,000 명
- 주최 업체 : Questex Media Group
  · 주소 : Rua Gomes de Carvalho, 1306 - 13ºandar Cep 04547-005
  · 전화 : (5511) 3170.7000
  · 팩스 : (5511) 3170.7010
  · e-mai l : 전화emkt@questex.com.br
  · site : www.questex.com.br
  * 전시회 실적 : 2005년 기준

○ SET 2006 - BROADCAST &CABLE

- 특징 : TV 라디오 방송용 장비 및 각종 통신 기계 장비 국제 전시회로 매년 개최됨

- 기간 : 2006년 8월 23-25일
- 장소 : Centro de Exposicoes Imigrante
- 주최업체 정보 : Certame Eventos Promocionais Ltda.
  - 주소 : Av. Presidente Wilson, 164 - 9° andar -Centro 20.030-020 - Rio de Janeiro - RJ
  - 전화 : (55-21) 3974.2000
  - 팩스 : (55-21) 2524-2991
  - e-mail : bc@certame.com
  - site : www.broadcastcable.com.br

10. 사우디

가. 주요 기업 및 관련 단체

1) 주요 관련단체

○ 상공회의소

<Council of Saudi Chambers of Commerce & Industry>

- 주소 : Riyadh Chamber of Commerce and Industry Building P.O.Box 16683, Riyadh 11474
- 전화 : +966-1-405-3200/405-7502
- 팩스 : +966-1-402-4747
- 홈페이지 : http : //www.saudichambers.org.sa

<Riyadh Chamber of Commerce and Industry>

- 주소 : Dhabab St.P.O.Box 596 Riyadh 11421
- 전화 : +966-1-404-0044/404-0300/404-2700
- 팩스 : +966-1-401-1103
- 홈페이지 : http : //www.riyadhchamber.org.sa

<Jeddah Chamber of Commerce and Industry>

- 주소 : King Khalid St., Ghurfa Bldg.P.O.Box 9549 Jeddah 21423
- 전화 : +966-2-642-3535/647-1100
- 팩스 : +966-2-651-7373
- 홈페이지 : http : //www.jcci.org.sa

<Dammam Chamber of Commerce and Industry>

- 주소 : P.O.Box 719 Dammam 31421
- 전화 : +966-3-857-1111
- 팩스 : +966-3-857-0607

2) 관련 주요기업

○ Technology Marks Trading

- 주소 : P.O.Box.87189, Riyadh 11642, Kingdom of Saudi Arabia
- 전화 : +966-1-4602586
- 팩스 : +966-1-4602284
- E-mail : mtamimi@tecmarks.com
- 담당자 : Mr.Meqbil Al Tamimi/General Manager
- 설립년도 : 2003

- 취급품목 : Multimedia products electronics and IT

○ Alghamdi Communications Est.

- 주소 : P.O.Box.19723, Jeddah 21445, Kingdom of Saudi Arabia.
- 전화 : +966-2-645-7777
- 팩스 : +966-2-642-8221
- E-mail : info@dansat.cc
- 담당자 : Mr.Raafat Alhaj /Purchase Incharge
- 설립년도 : 1988
- 취급품목 : Electronics and IT.

○ Basic Electronics Co. Ltd.

- 주소 : P.O.Box.2891, Riyadh 11461, Kingdom of Saudi Arabia.
- 전화 : +966-1-4602417
- 팩스 : +966-1-4602401
- E-mail : mustafa_abulhawa@yahoo.com
- 담당자 : Mr.Mustafa D.Abulhawa/Marketing Manager
- 설립년도 : 1960
- 취급품목 : TVs, Refrigerators and other household items

○ Fast Link

- 주소 : P.O.Box.315, Riyadh 11391, Kingdom of Saudi Arabia
- 전화 : +966-1-4624226
- 팩스 : +966-1-4624226
- E-mail : mussawar_ali@yahoo.com
- 담당자 : Mr.Mussawar Ali / Branch Manager

- 설립년도 : 1993
- 취급품목 : sa전화lite receivers, electronics items

○ Ahmed Hussain Alismail Trading Est.

- 주소 : P.O.Box.41247, Riyadh - 11521
- 전화 : +966-1-4787330 / 4766918
- 팩스 : +966-1-4787330
- 담당자 : Mr.Ahmed Hussain Alismail (General Manager)
- 설립년도 : 1980
- 취급품목 : Washing Machine, Dryclean Machines and Heaters.

○ Abdulaziz Rajab and Abdullah Silsilah & Company

- 주소 : P.O.Box.203, Jeddah 21411, Kingdom of Saudi Arabia.
- 전화 : +966-2-6610006
- 팩스 : +966-2-6610164
- E-mail : mda@rassil.com
- 담당자 : Mr.Sajid Riyaz (Marketing Manager)
- 설립년도 : 1937
- 취급품목 : Household appliances, Electronic products, Security systems and others.

○ Bahrawi Trading Company

- 주소 : P.O.Box.48, Jeddah 21411, Saudi Arabia.
- 전화 : +966-2--6652441
- 팩스 : +966-2-6652464
- E-mail : sales@bahrawi.com

- 담당자 : Mr.Sameh Abdur Rahman (Sales Manager)
- 설립년도 : 1921
- 취급품목 : different types of household appliances & products.

○ United Matbouli Group

- 주소 : P.O.Box.556, Jeddah 21421, Kingdom of Saudi Arabia.
- 전화 : +966-2-6512111
- 팩스 : +966-2-6514655
- 담당자 : Mr.Adnan Mahmood Matbouli (General Manager)
- 설립년도 : 1957
- 취급품목 : Washing Machines, Vacuum cleaners, Water Coolers, Air conditioning and others.

○ Awad Badi Alnahas Establishment

- 주소 : P.O.Box.11529, Jeddah 21463, Kingdom of Saudi Arabia.
- 전화 : +966-2-6606852
- 팩스 : +966-2-6694628
- 담당자 : Mr.Awad Badi Alnahas (Genera Manager)
- 설립년도 : 1982
- 취급품목 : Refrigerators, Freezers, Vacuum cleaners, Washing Machines, Dryers, Ovens and Kitchen app.

○ United Media Center

- 주소 : P.O.Box.18254, Riyadh 11415, Kingdom of Saudi Arabia
- 전화 : +966-1-4623231
- 팩스 : +966-1-4626605

- E-mail : bong@unitedmedia.com.sa
- 담당자 : Mr.Bong Solomon/Project Manager
- 설립년도 : 1990
- 취급품목 : Display, Audio, Audio-Visual products

○ Electronic Eqpt. Marketing Co. (EEMCO)

- 주소 : P.O.Box.3750, Riyadh 11481, Kingdom of Saudi Arabia.
- 전화 : +966-1-477-1650 Ext.164 / 161
- 팩스 : +966-1-478-5140
- E-mail : eemcodst@nesma.net.sa / eemco@nesma.net.sa
- 담당자 : Mr.Abdul Kalam / Business Coordinator
- 설립년도 : 1965
- 취급품목 : different type of electronic and ecommunication products

○ TAMCO

- 주소 : P.O.Box.555, Riyadh 11421, Kingdom of Saudi Arabia
- 전화 : +966-1-4040792
- 팩스 : +966-1-4090999
- E-mail : tamco@digi.net.sa
- 담당자 : Mr.Shahab / Purchase Manager
- 설립년도 : 1950
- 취급품목 : Audio, Audio-visual, Electronic and Electrical products

○ Top Screens Trading

- 주소 : P.O.Box.3253344, Riyadh 11371, Kingdom of Saudi Arabia
- 전화 : +966-1-4728874

- 팩스 : +966-1-4728879
- E-mail : info@topscreens.com.sa
- 담당자 : Mr.Abdul Majeed Yehya Ahmed/Sales Manager
- 설립년도 : 1999
- 취급품목 : Electronic indoor and outdoor display, LCD Wall display, LCD Mon Display, LCD Sign Display, LCD Plasma Display, Multimedia projectors, Network Cameras, Video Conferencing, GPS Clocks and others.

나. 주요 전시회

○ 리야드 국제냉난방전시회(International Air conditioning, Ventilation, Heating & Refrigeration show)

- 개최기간 : 2007.1.29~2.1.
- 개최장소 : 사우디아라비아, 리야드 전시센터
- 전시규모 : 3,236㎡
- 개최주기 : 격년제
- 주요전시품목 : 에어컨, 환풍기기, 히터, 냉장기기류
- 참고사항 : 국제전기박람회, 조명박람회와 함께 개최
- 직전 전시회 참가업체 : 20개국 293개사 (한국 3개사)
- 주최기관 : Riyadh Exhibition Co., Ltd.
- 전화 : +966-1-454-1448
- 팩스 : +966-1-454-4868
- email : info@recexpo.com
- 홈페이지 : http : //www.recexpo.com

○ 리야드 컴퓨터/정보통신 박람회(International Event for Computing, Computer Shopper, Internet, Communication)

- 개최기간 : 2006.12.11~12.15.
- 개최장소 : 사우디아라비아, 젯다 전시센터
- 전시규모 : 4,000㎡
- 개최주기 : 매년
- 주요전시품목 : 컴퓨터 및 주변기기, 무선통신, 인터넷, 핸드폰, 사무기기, 디지털 카메라 등
- 직전 전시회 참가업체 : 8개국 285개사 (한국 없음)
- 주최기관 : Al Harithy Co. for Exh. Ltd.
- 전화 : +966-2-654-6384
- 팩스 : +966-2-654-6853
- email : ace@acexpos.com
- 홈페이지 : http : //www.acexpos.com

작성자

◈ 도쿄무역관 김경미 과장
◈ 광저우무역관 김정태 과장
◈ 샤먼무역관 백인기 관장
◈ 샌프란시스코무역관 김두식 과장
◈ 뮌헨무역관 이해영 사원
◈ 프라하무역관 신재빈 차장
◈ 코펜하겐무역관 임태형 과장
◈ 부다페스트무역관 김명수 차장
◈ 멕시코시티무역관 윤의정 과장
◈ 상파울로무역관 지윤정 과장
◈ 리야드무역관 권용석 관장
◈ 해외조사팀 김윤희 과장

주요국의 전자산업 동향 및 진출 방안

발행인 | 홍 기 화
편집인 | 한 준 우
발행처 | KOTRA
인쇄처 | 학림사 752-0463

발행일 | 2006년 6월

주 소 | 서울시 서초구 염곡동 300-9
서초우체국 사서함 101호
전 화 | 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

* 낙장, 파본은 교환해 드립니다.